

BAB II

HASIL DAN BAHASAN PRAKTIK KERJA

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

2.1.1 Sejarah PT BPR Jatim (Perseroda)

PT Bank Perekonomian Rakyat Jawa Timur (Perseroda), yang saat ini lebih dikenal dengan Bank UMKM Jawa Timur adalah institusi keuangan yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Bank ini berkomitmen untuk memberdayakan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Lembaga ini menyediakan layanan perbankan yang terpercaya, inklusif, dan mendukung kepentingan masyarakat ekonomi menengah ke bawah.

Sejarah pendirian bank ini bermula pada tahun 1984, ketika Pemerintah Provinsi Jawa Timur meluncurkan inisiatif Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK) untuk mendukung perkembangan usaha kecil. Awalnya, program ini dilaksanakan di kawasan Madura kemudian diperluas ke seluruh wilayah Jawa Timur sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur No.197 Tahun 1984. Sebagai lanjutan dari program tersebut sebanyak 66 unit Lembaga Kredit Usaha Rakyat Kecil (LKURK) kemudian dilembagakan menjadi Perusahaan Daerah BPR KURK Jatim melalui Peraturan Daerah No. 16 tahun 1994.

Transformasi kelembangaan terus berlangsung untuk memperkuat susunan dan daya saing Lembaga perbankan. Di tahun 2024, nama perusahaan diubah menjadi PT BPR Jatim (Perseroda) dan pada Januari 2025, terjadi perubahan nama menjadi PT Bank Perekonomian Rakyat Jatim (Perseroda). Perubahan nama dan bentuk kelembangaan ini dilakukan untuk mengikuti regulasi terbaru serta meningkatkan peran strategis bank dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah. Saat ini, struktur organisasi PT BPR Jatim meliputi 1 Kantor Pusat, 32 Kantor Cabang, 124 Kantor Kas, 3 Payment Point, 32 unit Mobil Kas dan 35 unit ATM, yang tersebar di berbagai lokasi di Jawa Timur.

Salah satu program unggulan dari PT BPR Jatim adalah Program Kredit Sejahtera (Prokesra), yang merupakan program pembiayaan dengan dukungan subsidi bunga yang dirancang untuk meringankan beban pelaku usaha mikro dan kecil. Hingga Oktober 2024, program ini telah berhasil menyalurkan kredit sebesar Rp 500 miliar dengan Tingkat kredit macet (*Non-Performing Loan/NPL*) yang sangat rendah yaitu 0,64%. Kinerja yang luar biasa ini menjadikan PT BPR Jatim mendapatkan berbagai penghargaan, di antaranya adalah Penghargaan Pengawasan BUMD BPR terbaik di acara BUMD Awards 2023 yang diadakan oleh Kementerian Dalam Negeri.

2.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis lakukan berada di PT BPR Jatim (PERSERODA) Cabang Batu yang beralamat di Jalan Ahmad Yani No.4, Ngaglik, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur 65311.

2.1.3 Filosofi Logo

Gambar 2.1 Logo PT BPR Jatim (Perseroda)



Sumber : <https://bankumkm.id>, 2025

a) Bunga

Bunga berkelopak lima digambarkan dalam bentuk perspektif, melambangkan visi perusahaan dalam menjalankan usahanya senantiasa berprinsip "prudent" dan dinamis untuk selalu berorientasi tumbuh dan berkembang, dengan sasaran ikut membantu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat kecil. Di samping itu lima kelopak bunga mekar digambarkan dengan garis-garis perspektif sebanyak lima helai yang melambangkan pandangan dan cita-cita ke masa depan untuk mencapai kemajuan secara wajar dan tiap gerakan selalu berdasarkan Pancasila.

b) Topi

Gambar topi melambangkan mayoritas masyarakat menengah ke bawah yang menjadi sasaran utama nasabah bank, yang terdiri dari petani, nelayan, pedagang kecil, dan pegawai negeri.

c) Bangun segitiga

Bangun segitiga yang terbentuk dari gambar perspektif bunga, melambangkan keterpaduan gerak antara tiga pihak yang berkepentingan yaitu pemilik, pengelola, dan nasabah.

d) Bentuk lingkaran

Lingkaran melambangkan keutuhan, kesatuan, dan tekak yang kuat. Bentuk lingkaran berwarna merah juga diartikan sebagai wadah usaha perbankan yang berani menghadapi tantangan dan dinamika kehidupan bisnis. Perbankan yang diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup dan memberikan kehidupan yang layak bagi karyawan dan keluarganya.

e) Warna merah logo

Warna gambar (logo) yang dipilih adalah merah (kombinasi magenta 100% dan yellow 100%) yang melambangkan penuh semangat, pantang menyerah, serta kekuatan (power) dalam menjalankan usaha.

2.1.4 Visi dan Misi

VISI

“Menjadi Bank yang terpercaya dan dapat diandalkan masyarakat Jawa Timur.”

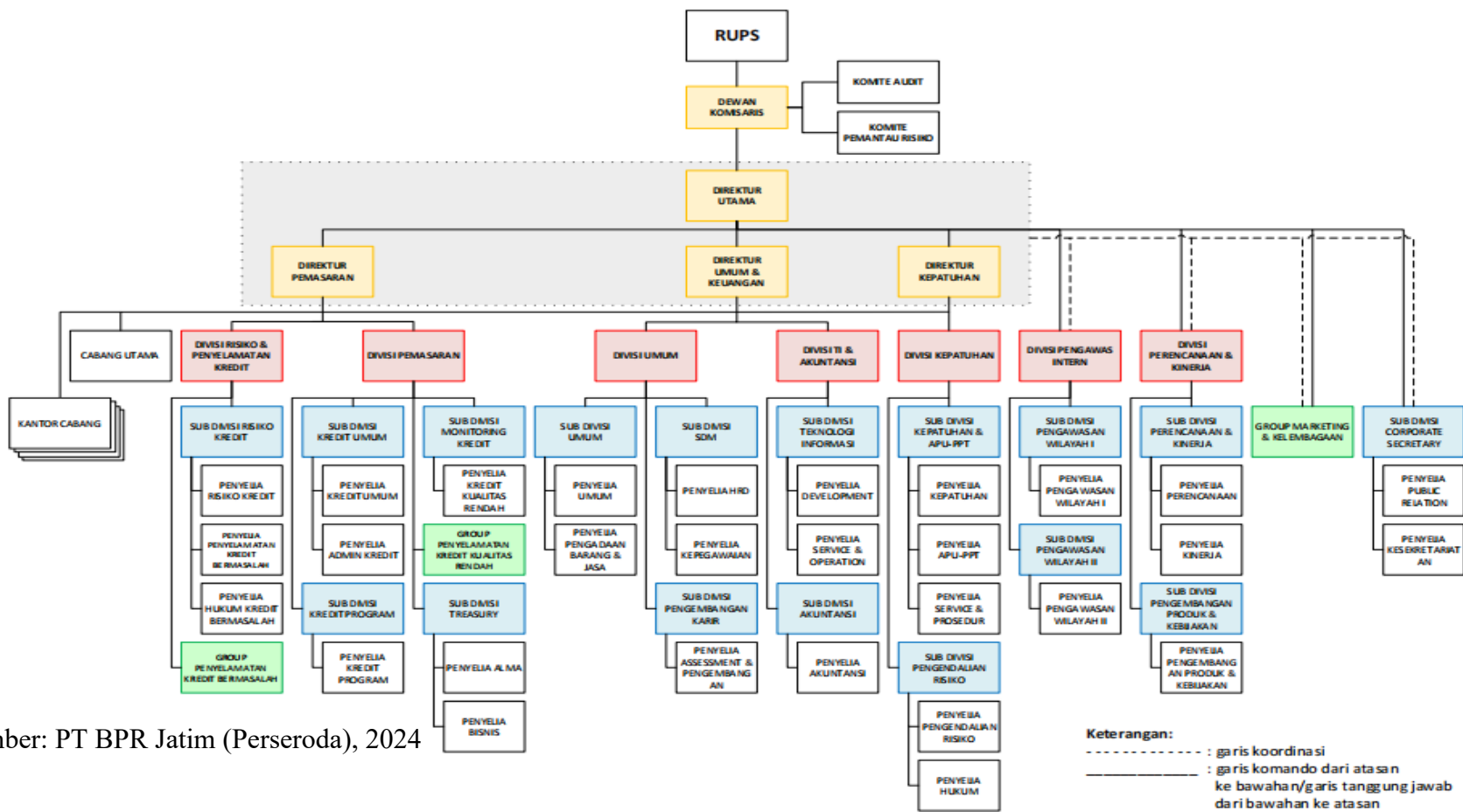
MISI

“Meningkatkan peran dalam pertumbuhan ekonomi Jawa Timur melalui pengembangan UMKM di seluruh sektor ekonomi.”



2.1.5 Struktur Organisasi Kantor Pusat

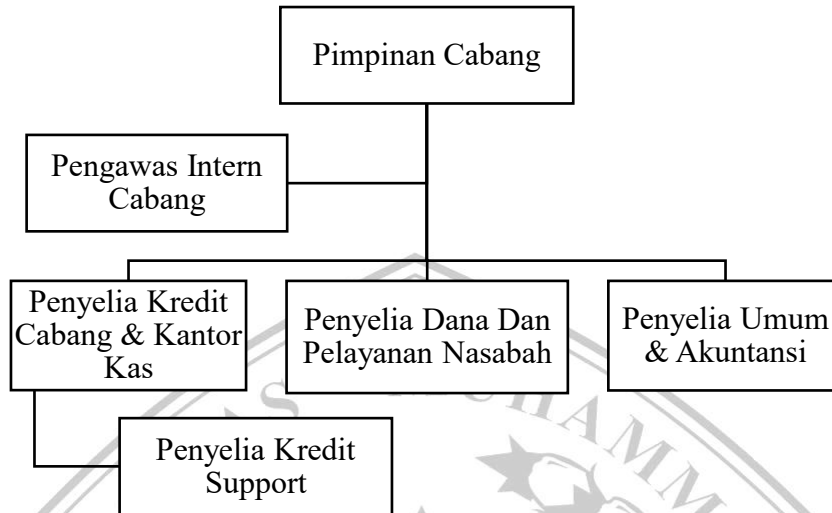
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kantor Pusat



Sumber: PT BPR Jatim (Perseroda), 2024

2.1.6 Struktur Organisasi Kantor Cabang Batu

Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT BPR Jatim Cabang Batu



Sumber: Bagian Umum PT BPR Jatim Cabang Batu, 2025

2.1.7 Deskripsi Jabatan Kantor Cabang Batu

1. Pimpinan Cabang

- a. Memimpin dan memantau divisi dan kantor kas yang berada di bawah wewenang untuk mencapai tujuan dari tugas utama.
- b. Sebagai Staf dari Direksi dalam hal usaha-usaha di wilayah kerjanya, memberikan saran baik diminta maupun tidak kepada Direksi tentang kinerja perbaikan serta peningkatan kinerja operasional dan non operasional baik mengenai sistem dan prosedurnya maupun tata laksana pengelolaan bank.
- c. Dalam menjalankan tugasnya, wajib mengatur dan menjaga hubungan kerjasama sebaik-baiknya antara cabang yang dipimpinnya dengan cabang-cabang lain dan Seksi-Seksi dalam kesatuan unit organisasi bank.
- d. Demi kelancaran tugasnya dalam hal-hal yang berhubungan dengan fungsinya, Pemimpin Cabang berkewajiban mengadakan hubungan

dengan instansi/lembaga lain diluar bank setelah mendapat persetujuan dari direksi.

- e. Memberikan laporan secara berkala kepada Direksi mengenai keadaan, perkembangan dan atau hasil-hasil yang dicapai oleh Cabang yang dipimpinnya.

2. Pengawas Intern Cabang

- a. Melaksanakan audit internal di cabang secara berkala.
- b. Menilai kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur internal bank serta peraturan eksternal (OJK, BI, dll).
- c. Memberikan konsultasi dan saran kepada manajemen cabang dalam penerapan sistem pengendalian yang baik.

3. Penyelia Kredit

- a. Menatausahakan permohonan kredit.
- b. Menyelenggarakan survey dan melakukan penilaian atas permohonan kredit yang diajukan calon-calon debitur.
- c. Menyiapkan administrasi kredit dalam rangka merealisasikan permohonan kredit debitur.
- d. Menyelenggarakan pembuatan laporan berkala tentang pelaksanaan pemberian kredit yang sesuai di bidangnya.
- e. Melakukan/melaksanakan penagihan atau penyelamatan kredit yang bermasalah, termasuk yang telah dihapus bukukan.
- f. Mengadakan pembinaan, penyelamatan dengan menganalisa peluang dan potensi debitur yang bermasalah (kurang lancar, diragukan, dan macet) dengan cara melakukan rescheduling, restructuring, reconditioning, dan/atau memberikan tambahan kredit atau modal guna perbaikan/penyelamatan kredit.
- g. Mengadministrasikan kredit yang bermasalah dan melakukan pengamanan atas batang-barang yang dijaminan oleh debitur bermasalah baik secara fisik maupun yuridis serta mengupayakan tindak lanjut penyelesaiannya.

4. Penyelia Dana dan Pelayanan Nasabah

- a. Melayani pembayaran dan setoran uang nasabah
- b. Menyediakan uang kas untuk kepentingan operasional
- c. Mengambil dan menyetorkan uang kas ke Bank Indonesia atau bank lainnya untuk keperluan penyediaan uang kas dan Kerjasama cabang pembantu
- d. Menyelenggarakan kegiatan kantor kas, kas mobile dan penyimpanan kas
- e. Melakukan pencegahan timbulnya kesalahan dalam pelaksanaan tugas unit kerjanya
- f. Bertanggung jawab untuk mengawasi biaya yang terjadi di bawah lingkungan wewenang

5. Penyelia Umum dan Akuntansi

- a. Melakukan verifikasi (meneliti kebenaran dokumen bukti transaksi yang dibuat oleh unit kerja atau pihak lain yang terkait dengan bank) untuk validasi dokumen-dokumen akuntansi dan pengambilan tabungan dan deposito sebelum dilakukan pembayaran oleh teller.
- b. Menyelenggarakan usaha-usaha kesekretariatan, personalia, umum, dan mengelola akuntansi/tata usaha keuangan serta mengelola data dengan menggunakan sistem pengelolaan data baik manual maupun elektronik untuk aktifitas bank.
- c. Membuat neraca dan rugi/laba dan laporan-laporan harian dan bulanan maupun laporan rutin lainnya yang menjadi kewajiban Cabang.
- d. Mengadakan analisa dan laporan keuangan Cabang.
- e. Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan dalam tugas-tugas pokok diatas.

- f. Menyelenggarakan kesekretariatan atau surat-menyurat, personalia, dan urusan umum lainnya, yang menjadi wewenang Kantor Cabang.
- g. Menyelenggarakan kegiatan perhitungan/pembayaran gaji pegawai, pajak dan asuransi pegawai serta hak-hak pegawai lainnya. .

2.2 Gambaran Umum Unjuk Kerja Yang Dijalankan

2.2.1 Elemen Kompetensi dan Kriteria Unjuk Kerja

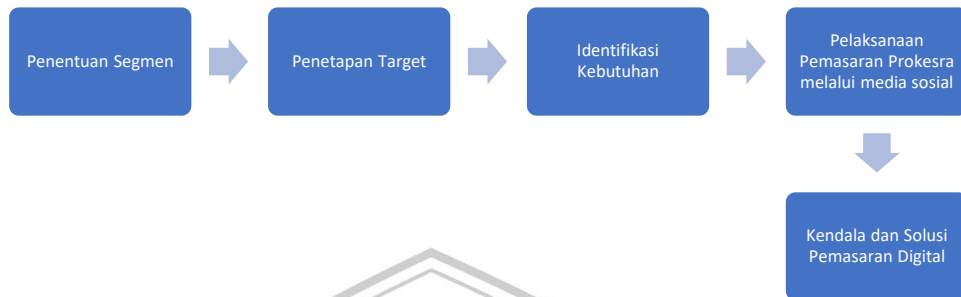
Berdasarkan unjuk kerja yang mengacu pada Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 90 tahun 2019 Tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Keuangan dan Asuransi Dan Dana Pensiun Bidang General Banking yang terlampir pada tabel 1.1, Adapun 2 elemen kompetensi yang dilakukan dalam mengelola pemasaran produk di PT BPR Jatim (Perseroda) Cabang Batu yang sesuai dengan SKKNI sebagai berikut:

- Elemen kompetensi 1 Merencanakan kegiatan pemasaran produk dan jasa perbankan kriteria unjuk kerja yang diambil yaitu:
 - 1.1 Segmen pemasaran produk dan jasa perbankan direncanakan sesuai target yang ditetapkan,
 - 1.2 Kebutuhan produk dan jasa perbankan sesuai segmen nasabah ditentukan,
 - 1.3 Strategi pemasaran produk dan jasa perbankan sesuai segmen nasabah ditentukan
- Elemen kompetensi 2 Melaksanakan kegiatan pemasaran produk dan jasa perbankan kriteria unjuk kerja yang diambil adalah:
 - 2.1 Perangkat pemasaran produk dan jasa perbankan disiapkan
 - 2.2 Produk dan jasa perbankan dipasarkan sesuai jadwal dan area yang disusun

2.3 Masalah dan Bahasan Unjuk Kerja Yang Dijalankan

A. Perencanaan Strategi Pemasaran Digital Produk Prokesra

Gambar 2.4 flowchart strategi pemasaran digital



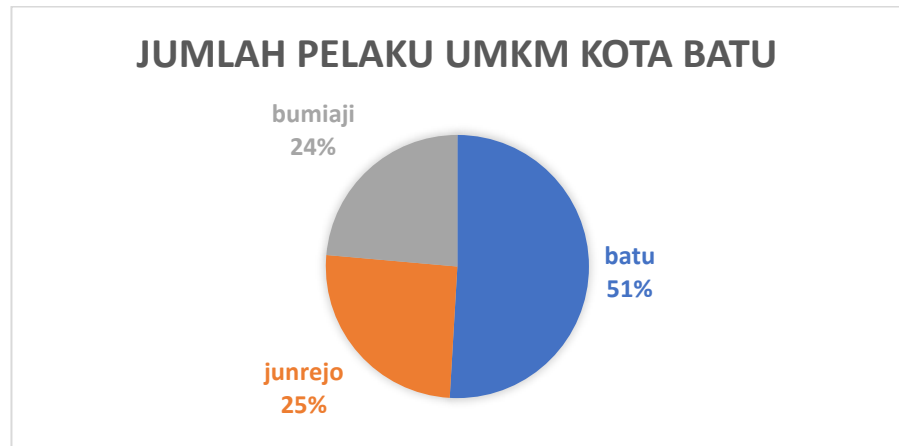
Sumber: PT BPR Jatim, 2025

1. Penentuan segmen pemasaran produk Prokesra

Penentuan segmen pasar adalah langkah pertama dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dalam hal ini, pemasaran produk kredit Prokesra yang disediakan oleh PT BPR Jatim, segmentasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan demografis dan psikografis yang sesuai dengan karakteristik masyarakat yang menjadi target. Kredit Prokesra khusus ditawarkan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi segmen utama yang menjadi sasaran adalah pelaku UMKM yang aktif di area operasional BPR Jatim Cabang Batu, terutama yang termasuk dalam kategori usaha mikro dan kecil yang memiliki akses terbatas ke kredit komersial.

Segmentasi pasar merupakan proses memisahkan pasar menjadi beberapa kategori yang mungkin membutuhkan kombinasi pemasaran dan produk yang berbeda sebelum menerapkan strategi. Dengan mengenali kebutuhan spesifik UMKM, BPR Jatim Cabang Batu dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, efisien, dan sesuai dengan kemampuan pasar (Sari, 2024).

Gambar 2.5 Jumlah Pelaku UMKM Kota Batu



Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Batu, 2024

Berdasarkan informasi dari BPS Kota Batu, terdapat sekitar 25.524 pelaku UMKM yang bisa menjadi sasaran untuk kredit prokesra. PT BPR Jatim Cabang Batu menargetkan pelaku usaha yang berada pada rentang usia produktif (17-50 tahun) dan aktif di dunia digital, pendekatan pemasaran dilakukan melalui konten yang bersifat edukatif, interaktif, dan visual di sosial media Instagram. Konten tersebut disesuaikan dengan kebutuhan plafond dan jenis usaha dari setiap kelompok.

Produk kredit prokesra yang ditawarkan oleh PT BPR Jatim, segmentasi pasar dilakukan dengan pendekatan yang mencakup dimensi demografis, geografis, psikografis, perilaku sebagai berikut:

- 1) Demografis, target utama kredit prokesra adalah individu pada usia produktif antara 17 hingga 50 tahun, baik jenis kelamin laki-laki maupun Perempuan yang telah menjalankan usaha selama beberapa bulan. Rentang usia ini dianggap memiliki kebutuhan modal usaha yang cukup signifikan dan dalam tahap pertumbuhan bisnis yang aktif.
- 2) Geografis, segmentasi berfokus pada Kota Batu yang terbagi menjadi tiga kecamatan yaitu Batu, Junrejo, dan Bumiaji. Namun, perhatian utama tertuju pada kecamatan Batu dengan Tingkat

kepadatan penduduk sekitar 2.304 jiwa. Karakteristik ini mengindikasikan adanya potensi besar sebagai Lokasi utama untuk pasar kredit prokesra karena adanya peluang untuk pergerakan modal dan pengembangan usaha yang lebih signifikan. Kecamatan Bumiaji adalah daerah perbukitan hal ini menunjukkan pendekatan pemasaran seperti edukasi digital untuk menjangkau masyarakat desa atau agro-wisata. Junrejo terletak di area semi perkotaan. Daerah ini menunjukkan perkembangan UMKM, terutama di bidang perdagangan dan agro wisata lokal.

- 3) Psikografis, segmentasi difokuskan pada pelaku UMKM yang secara aktif menjalankan usaha, memiliki semangat tinggi untuk mengembangkan bisnis, dan bersedia memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam memperoleh informasi keuangan dan perbankan. Ciri-ciri ini sangat krusial karena strategi pemasaran kredit prokesra diarahkan melalui saluran digital seperti Instagram, sehingga pemahaman terhadap media digital menjadi syarat penting untuk keberhasilan komunikasi pemasaran.
- 4) Perilaku, pelaku UMKM yang memerlukan akses terhadap pinjaman ringan dengan batas plafond Rp. 50 juta dengan bunga yang rendah. Mereka juga adalah pengguna media sosial yang aktif, terutama di Instagram dan cenderung mencari informasi mengenai layanan keuangan secara daring.

Dengan metode segmentasi ini, diharapkan PT BPR Jatim Cabang Batu dapat mengarahkan strategi pemasaran digital kredit prokesra dengan lebih efisien dan terfokus pada kelompok target yang memiliki kebutuhan. Segmentasi ini juga menjadi landasan dalam merancang konten promosi digital, serta membangun komunikasi dua arah antara bank dan pelaku UMKM yang merupakan pilar perekonomian lokal.

2. Targeting pemasaran produk Prokesra

Setelah melakukan segmen pasar berdasarkan dimensi demografis, geografis, psikografis, dan perilaku tahapan selanjutnya dalam strategi

pemasaran adalah penetapan target. PT BPR Jatim Cabang Batu memfokuskan target utama kredit prokesra kepada masyarakat yang memiliki usaha produktif sektor pertanian maupun sektor non-pertanian khususnya yang berskala super mikro dan mikro yang berada di wilayah Kota Batu.

Gambar 2.6 Target Pasar Produk Prokesra



Sumber: PT BPR Jatim, 2024

Berdasarkan diagram pada gambar 2.2, menunjukkan bahwa target pasar Kredit Prokesra terbagi secara seimbang antara sektor pertanian dan non-pertanian, masing-masing sebesar 50%. Dengan modal usaha sangat terbatas berskala super mikro dengan pendapatan <Rp.10 juta dan mikro dengan pendapatan <Rp50 juta. Kredit Prokesra dirancang untuk memberdayakan masyarakat Jawa Timur yang memiliki usaha produktif berskala kecil. Adapun klasifikasi skala usaha super mikro dan mikro dalam sektor pertanian dan non-pertanian sebagai berikut:

1) Sektor Pertanian

Sektor pertanian dalam Kredit Prokesra meliputi usaha produktif yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung dengan aktivitas pertanian. Pelaku usaha di bidang ini biasanya berasal dari daerah pedesaan yang memiliki kemampuan untuk mengakses lahan, bahan baku alam, dan

sumber daya setempat. Klasifikasi usaha super mikro dan mikro dalam sektor pertanian dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Klasifikasi usaha sektor pertanian

Skala Usaha	Contoh Usaha
Super Mikro	Budidaya sayuran di pekarangan rumah
	Peternakan ayam kampung skala kecil
	Penjualan tanaman hias dan bibit lokal
Mikro	Usaha Pertanian hortikultura
	Peternakan ayam potong skala menengah
	Pengolahan hasil pertanian (keripik buah, susu sapi)

Sumber: PT BPR Jatim Cabang Batu, 2025

Kegiatan usaha di sektor ini tidak memerlukan banyak tenaga kerja dan masih mengandalkan teknologi tradisional, sehingga adanya Kredit Prokesra sangat berperan dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha.

2) Sektor Non-Pertanian

Sektor nonpertanian meliputi kegiatan ekonomi yang produktif yang tidak terkait dengan kegiatan pertanian. Para pelaku usaha dalam sektor ini berasal dari kelompok rumah tangga atau individu yang memanfaatkan keahlian mereka sebagai sumber daya utama. Klasifikasi usaha super mikro dan mikro dalam sektor pertanian dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2 Klasifikasi usaha sektor Non-Pertanian

Skala Usaha	Contoh Usaha
Super Mikro	Warung sembako
	Pedagang Kaki Lima (PKL)
	Tukang cukur
	Penjahit Pakaian

	Laundry skala rumahan
	Kerajinan tangan
Mikro	Catering makanan
	Pedagang pasar
	Konveksi rumahan dengan beberapa karyawan
	Usaha servis elektronik
	Produksi kerajinan kayu dalam jumlah terbatas

Sumber: PT BPR Jatim Cabang Batu, 2025

Tabel 2.3 Plafond dan Tenor Prokesra

Pendapatan Per bulan	Plafond	Tenor
<Rp 5.000.000 (super mikro)	Rp.5-10 juta	12-24 bulan
>Rp 5.000.000 (mikro)	Rp 15-50 juta	24-36 bulan

Sumber: PT BPR Jatim Cabang Batu, 2025

Usaha-usaha ini dapat berkembang jika mendapatkan akses ke pembiayaan dan pendampingan secara tepat. Dengan demikian, Kredit Prokesra berperan sebagai alat keuangan yang mengarahkan para pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam menentukan targetting PT BPR Jatim Cabang Batu juga memperhatikan perilaku digital dari para pelaku usaha yang aktif di Instagram. Pengguna media sosial ini cenderung lebih mudah menerima informasi mengenai produk keuangan digital dan turut berinteraksi dengan konten pemasaran yang ada.

3. Mengidentifikasi kebutuhan produk Prokesra sesuai dengan segmen nasabah yang telah ditentukan

Proses identifikasi kebutuhan dilaksanakan dengan cara mengamati secara langsung perilaku dan kondisi pelaku UMKM di wilayah

layanan PT BPR Jatim, kebutuhan yang diidentifikasi dari target pasar produk Prokesra meliputi:

- 1) Pelaku usaha mikro menginginkan proses pengajuan kredit yang sederhana, tidak rumit, dan mudah diakses.
- 2) Skala usaha mikro yang relatif kecil memerlukan produk kredit dengan plafon pinjaman yang tidak terlalu besar, Namun cukup untuk kebutuhan modal kerja.
- 3) Pelaku usaha mengharapkan adanya pilihan tenor pinjaman yang fleksibel, serta skema angsuran yang ringan agar tidak memberatkan dalam pembayaran.
- 4) Pelaku usaha lebih tertarik pada kredit dengan bunga ringan dan transparansi dalam biaya.
- 5) Informasi produk yang mudah diakses, banyak pelaku usaha yang belum mengenal produk Prokesra oleh karena itu, mereka membutuhkan informasi produk yang jelas, mudah dipahami, dan dapat diakses melalui media yang sering digunakan seperti media sosial.

Berdasarkan kebutuhan-kebutuhan tersebut, PT BPR Jatim merancang produk Prokesra sebagai solusi pembiayaan yang berfokus pada kemudahan akses, fleksibilitas, serta kesesuaian dengan kondisi pelaku UMKM.

B. Pelaksanaan strategi pemasaran digital produk Prokesra melalui media sosial sesuai segmen nasabah yang ditentukan

Strategi pemasaran digital produk Prokesra yang efektif tidak hanya bergantung pada keunggulan produk, tetapi juga dalam menyesuaikan pendekatan dengan segmentasi pasar. Adapun strategi pemasaran yang bisa diterapkan dalam masing-masing segmen:

Tabel 2.4 Strategi Pemasaran Digital Berdasarkan Segmen

Jenis Segmentasi	Strategi Pemasaran
Demografis (17-50 tahun)	Berdasarkan usia 17-50 tahun merupakan usia produktif dan potensial sebagai pelaku UMKM oleh PT BPR Jatim Cabang Batu yaitu membuat konten dengan bahasa yang mudah dipahami dan visual menarik, menyampaikan informasi secara ringkas tentang produk Prokesra melalui media sosial.
Geografis (wilayah sekitar kantor cabang Batu)	Menyebarkan informasi produk Prokesra melalui media sosial dengan men-tag lokasi Kota Batu untuk menjangkau audiens lokal. PT BPR Jatim cabang Batu juga membuat konten promosi membagi brosur ke pedagang pasar melalui kanal media sosial.
Psikografis (gaya hidup)	Membuat konten inspiratif yang menampilkan kisah sukses UMKM binaan Prokesra. Dengan begitu, dapat membangun citra BPR Jatim Cabang Batu sebagai lembaga yang peduli pada UMKM agar calon nasabah merasa didukung dan dihargai.
Perilaku (butuh dana cepat dan proses simple)	Menyediakan simulasi pinjaman kredit di media sosial yang langsung tautan ke website agar nasabah memahami estimasi cicilan. PT BPR Jatim Cabang Batu juga mengedukasi calon nasabah melalui konten proses pengajuan kredit Prokesra

dengan menonjolkan kemudahan dan kecepatan layanan.

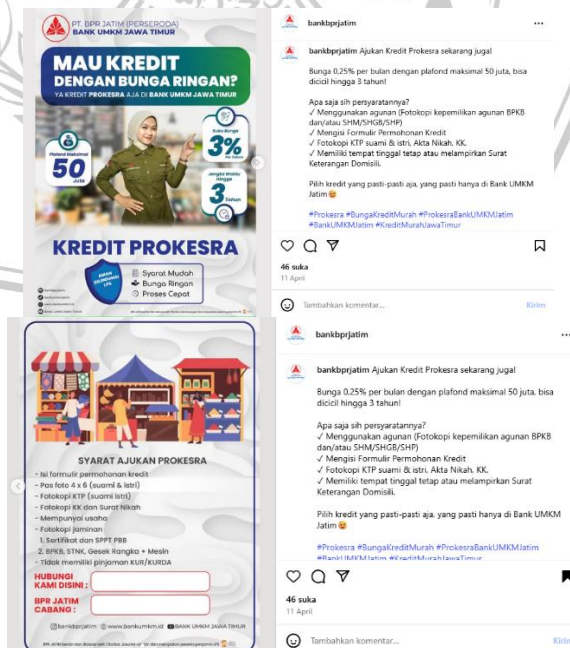
Sumber: PT BPR Jatim, 2025

Kegiatan Pemasaran digital yang dilakukan oleh PT BPR Jatim Cabang Batu adalah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi menggunakan akun resmi dengan agunan nama pengguna @bankumkmjatilim. Yang berisi konten edukatif seperti penjelasan tentang produk Kredit Prokesra, prosedur pengajuan kredit, serta manfaat produk Prokesra bagi UMKM disampaikan dalam bentuk poster grafis dan caption yang mudah dipahami. Dalam pelaksanaannya, PT BPR Jatim Cabang Batu telah memanfaatkan beberapa fitur utama Instagram sebagai media pendukung pemasaran digital, antara lain:

1) *Feed Instagram*

Digunakan untuk menampilkan konten utama secara permanen, seperti promosi produk dan infografis edukatif seperti gambar dibawah.

Gambar 2.7 Konten Feed Instagram produk Kredit Prokesra



Sumber: media sosial, 2025

2) Reels Instagram

Salah satu bentuk implementasi strategi pemasaran digital yang menarik dilakukan oleh BPR Jatim Cabang Batu adalah melalui konten UMKM Champions yang ditayangkan dalam fitur *reels Instagram*. Konten ini menampilkan kisah inspiratif dari pelaku UMKM binaan bank yang telah sukses mengembangkan usahanya melalui dukungan pembiayaan. Melalui pendekatan *storytelling* yang personal dan visual, konten ini tidak hanya bertujuan membangun citra positif bank, tetapi juga menjadi bentuk *soft selling* yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan dan minat pelaku UMKM lain terhadap produk kredit yang ditawarkan.

Gambar 2.8 Konten Reels Instagram UMKM Champions



Sumber: media sosial, 2025

3) Story

Digunakan sebagai media informasi yang bersifat cepat, sementara, dan lebih interaktif. Konten yang ditampilkan dalam story umumnya berupa pengumuman singkat, promosi produk, testimoni nasabah, maupun edukasi seputar layanan bank. Fitur ini memungkinkan bank untuk menjangkau audiens secara *real time* dan menjaga keterlibatan

engagement melalui tampilan visual yang ringkas. Meskipun sifatnya bertahan hanya 24 jam, pemanfaatan *story* ini menunjukkan bahwa BPR Jatim Cabang Batu telah mulai mengadopsi pendekatan pemasaran digital yang adaptif terhadap kebiasaan konsumsi media sosial masyarakat saat ini.

Gambar 2.9 Konten Story Instagram Ucapan Hari Besar



Sumber: media sosial, 2025

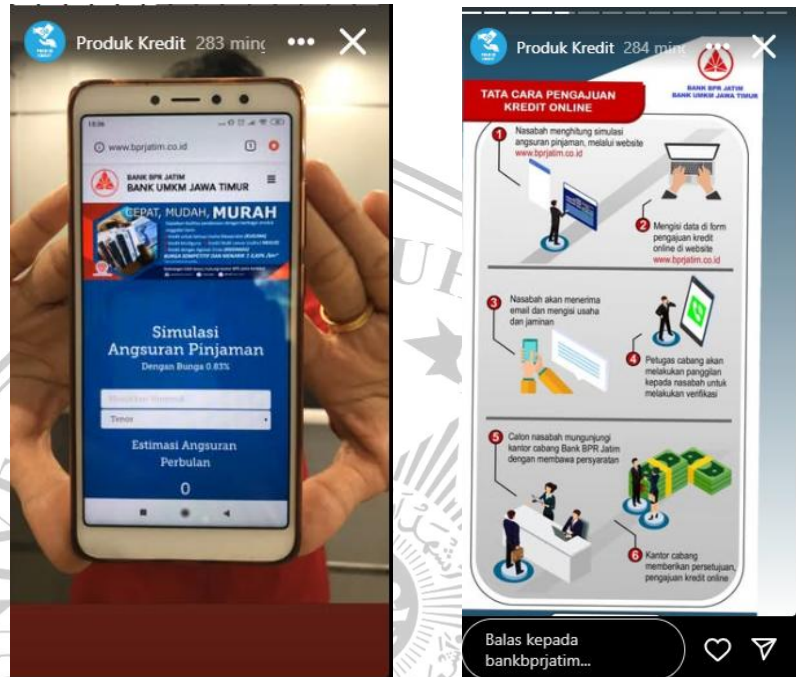
4) *Highlight*

Digunakan sebagai media penyimpanan konten penting yang bersifat informatif dan relevan bagi pengunjung akun. Salah satu *highlight* yang ditampilkan adalah “Produk Kredit” yang berisi informasi mengenai jenis-jenis produk kredit yang ditawarkan, termasuk prosedur pengajuan kredit secara online melalui website resmi bank.

Dalam *highlight* tersebut ditampilkan Langkah praktis untuk mengakses layanan digital seperti mengisi formulir online. Selain itu, terdapat juga konten simulasi angsuran, yang memberikan Gambaran kepada calon nasabah mengenai estimasi cicilan bulanan

berdasarkan jumlah pinjaman dan tenor yang dipilih. Melalui fitur highlight, BPR Jatim Cabang Batu memberikan kemudahan akses informasi yang berkelanjutan dan mudah dijangkau kapan saja oleh pengguna Instagram.

Gambar 2.10 Konten Highlight Produk Kredit



Sumber: media sosial, 2025

➤ Cara Pengajuan *Offline* Prokesra

Pengajuan secara offline dilakukan dengan datang langsung ke kantor cabang ataupun kantor kas terdekat, tahapannya sebagai berikut:

- 1) Nasabah mengunjungi kantor terdekat dengan membawa dokumen persyaratan
- 2) Petugas akan menjelaskan skema kredit Prokesra dan membantu pengisian formulir pengajuan Prokesra
- 3) Dokumen yang dibutuhkan:
 - Fotokopi KTP suami istri (bagi yang sudah menikah)
 - Kartu Keluarga (KK)
 - Fotokopi buku nikah
 - Surat keterangan usaha (SKU)

- Pas photo 3x4 selembor
 - Jaminan (fc kepemilikan agunan asli seperti BPKB kendaraan atau Sertifikat Hak Milik (SHM), Sertifikat hak Guna Bangunan (SHGB), sertifikat Hak Guna Pakai (SHGP).
- 4) Petugas lapangan akan melakukan survei dan analisis kelayakan usaha
 - 5) Jika disetujui, dana akan dicairkan melalui rekening atau tunai di kantor cabang.

➤ **Cara Pengajuan *Online* Prokesra**

Pengajuan kredit secara online dilakukan melalui website resmi PT BPR Jatim. tahapannya sebagai berikut:

- 1) Nasabah dapat membuka laman resmi www.bankumkm.id
- 2) Pilih menu pengajuan kredit, kemudian klik jenis produk kredit Prokesra
- 3) Calon nasabah mengisi formulir online dengan data pribadi seperti, informasi usaha, dan nominal pengajuan
- 4) Petugas akan menghubungi pemohon untuk verifikasi lanjutan dan survei lapangan
- 5) Jika disetujui, nasabah akan dihubungi melalui whatsapp untuk pencairan dana di kantor cabang.

1. Produk Prokesra dipasarkan sesuai jadwal dan area yang disusun

Dalam menjamin keberhasilan penyampaian informasi dan promosi produk, PT BPR Jatim Cabang Batu menerapkan pendekatan pemasaran produk Prokesra sebagai berikut:

a. Penjadwalan Promosi Konten Prokesra

Dalam menyusun jadwal promsoi melalui media sosial instagram, PT BPR Jatim Cabang Batu memperhatikan perilaku digital yaitu pelaku UMKM dan masyarakat umum yang aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi terkait keuangan dan perbankan. Penjadwalan konten dilakukan pada hari

kerja Senin-Sabtu dan menyesuaikan dengan jam aktif audiens. pada pagi hari sekitar pukul (08.00-10.00) dan siang hari sekitar pukul (11.00-14.00).

Pemilihan hari Senin sampai Sabtu juga disesuaikan dengan jam operasional kantor PT BPR Jatim Cabang Batu, yakni pukul 08.00-15.00 WIB. Dengan menyesuaikan jadwal posting di hari operasional admin media sosial dapat merespon komentar atau pertanyaan nasabah secara *real-time*, sehingga meningkatkan interaksi dan kepercayaan nasabah terhadap akun resmi @bankumkmjatim. Strategi ini juga meningkatkan kemungkinan keterlibatan (*engagement*) nasabah dengan konten yang diunggah secara konsisten dan relevan dengan kebutuhan nasabah.

b. Area sasaran promosi Prokesra

Melalui akun resmi instagram kegiatan pemasaran tidak lagi terbatas pada wilayah fisik di sekitar kantor cabang, tetapi dapat menjangkau area yang lebih luas seperti Kota Batu, Malang, dan sekitarnya. Promosi ini diperkuat dengan penggunaan tag lokasi pada unggahan konten, sehingga pengguna instagram yang berdomisili di wilayah tersebut lebih berpotensi melihat konten produk Prokesra. Instagram juga berfungsi sebagai penghubung antar komunitas pelaku UMKM di berbagai kota/kabupaten di Jawa Timur.

Konten yang menarik dan relevan memiliki potensi untuk dibagikan oleh komunitas, sehingga informasi mengenai produk Prokesra dapat tersebar melampaui batas geografis kantor cabang. Pemasaran melalui instagram menagatsi keterbatasan promosi fisik seperti spanduk atau brosur yang hanya menajngkau radius tertentu. Melalui konten digital, informasi produk dapat diakses oleh siapa pun yang memiliki koneksi internet, hal ini memberikan keunggulan dalam efektivitas biaya dan jangkauan akses informasi.

2.4 Kendala dan Solusi dalam strategi pemasaran digital Prokesra

A. Kendala yang dihadapi PT BPR Jatim Cabang Batu

Dalam pelaksanaan strategi pemasaran digital melalui media sosial, khususnya Instagram PT BPR Jatim Cabang Batu menghadapi beberapa kendala sebagai berikut:

1. Belum optimalnya pemanfaatan media sosial Facebook, dan Tiktok dikarenakan segmen Prokesra usia yang matang lebih sering menggunakan media sosial Facebook dan Tiktok. Selain itu, pengelolaan media sosial juga belum optimal dikarenakan terbatasnya unggahan konten yang interaktif.
2. Beberapa wilayah di Kota Batu memiliki koneksi internet yang tidak stabil, sehingga konten digital tidak bisa diakses secara optimal. Meskipun konten sudah disiapkan dengan baik belum tentu bisa diakses oleh target nasabah secara luas.

B. Solusi yang dilakukan PT BPR Jatim Cabang Batu

PT BPR Jatim Cabang Batu dalam menghadapi kendala diatas Solusi yang dilakukan sebagai berikut:

1. PT BPR Jatim Cabang Batu mulai meningkatkan penggunaan Facebook dan Tiktok sebagai sarana informasi bagi segmen usia 30 tahun ke atas. Selain itu, pelatihan digital marketing untuk tim pemasaran juga dilakukan agar mampu membuat konten yang lebih kreatif menarik minat nasabah.
2. PT BPR Jatim Cabang Batu tetap mengombinasikan strategi digital dengan pendekatan langsung seperti sosialisasi offline, penyebaran brosur, dan edukasi melalui jaringan petugas lapangan atau kantor kelurahan untuk menjangkau nasabah di wilayah dengan koneksi internet terbatas.