



**STRATEGI PEMASARAN (BPR) RAMA GANDA BOGOR
DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN UMKM**

LAPORAN TUGAS AKHIR

FALAH RACHMAD DARMAWAN

2210101028

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**STRATEGI PEMASARAN (BPR) RAMA GANDA BOGOR
DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN UMKM**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya**

**FALAH RACHMAD DARMAWAN
2210101028**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Falah Rachmad Darmawan

NIM : 2210101028

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 April 2025

Yang menyatakan,



Falah Rachmad Darmawan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Falah Rachmad Darmawan
NIM : 2210101028
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : D3 Perbankan dan Keuangan
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atau Tugas Akhir saya yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN (BPR) RAMA GANDA BOGOR DALAM MENDUKUNG UMKM

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), Merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 04 Juli 2025



10.000
METERAI
TEMPEL
000201005411135

Falah Rachmad Darmawan

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN (BPR) RAMA GANDA BOGOR
DALAM MENDUKUNG UMKM

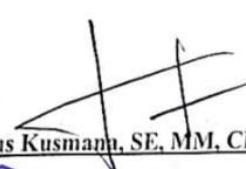
Dipersiapkan dan disusun oleh :

FALAH RACHMAD DARMAWAN
2210101028

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 05 Juli 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Mira Rahmi, SE, MBA
Ketua Penguji



Agus Kusmana, SE, MM, CHCSA

Penguji I



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM, CMA

Ketua Jurusan



Subur, SE, MM

Penguji II (Pembimbing)



Kery Utami, SE., M.Si.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 05 Juli 2025



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR (PKL) PERBANKAN DAN KEUANGAN D-III SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Hari ini Jumat, tanggal 04 Juli 2025, telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : Falah Rachmad Darmawan

No.Pokok Mahasiswa : 2210101028

Program : Perbankan dan Keuangan D-III

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :

STRATEGI PEMASARAN (BPR) RAMA GANDA BOGOR DALAM MENDUKUNG UMKM

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Mira Rahmi, SE, MBA	Ketua	1.
2	Agus Kusmana, SE, MM, CHCSA	Anggota I	2.
3	Subur, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 04 Juli 2025
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Perbankan dan Keuangan D-

Kery Utami, SE., M.Si.

STRATEGI PEMASARAN (BPR) RAMA GANDA BOGOR DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN UMKM

Oleh:

Falah Rachmad Darmawan

ABSTRAK

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR), mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya, serta menilai dampaknya terhadap peningkatan daya saing di era digital. Dalam menghadapi transformasi industri keuangan digital, BPR dituntut untuk beradaptasi melalui pemanfaatan teknologi pemasaran yang efektif dan efisien. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi pustaka dan wawancara dengan pegawai BPR Rama Ganda Kota Bogor. Hasil Karya Ilmiah menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital BPR telah mencakup penggunaan media sosial, website resmi, serta pengembangan layanan mobile banking. Faktor pendukung utamanya adalah kesadaran manajemen dan respon positif nasabah, sementara faktor penghambatnya meliputi keterbatasan SDM, infrastruktur teknologi, serta anggaran pemasaran. Strategi digital ini telah berdampak positif terhadap peningkatan visibilitas, kemudahan akses informasi, serta citra modern BPR di mata masyarakat, meskipun peningkatan jumlah nasabah belum signifikan. Keberhasilan strategi ini memerlukan penguatan lebih lanjut pada kualitas konten digital, edukasi nasabah, dan pengembangan layanan berbasis teknologi.

Kata Kunci: Bank Perkreditan Rakyat, Strategi Pemasaran Digital, Daya Saing, Digitalisasi

BPR RAMA GANDA BOGOR MARKETING STRATEGY IN SUPPORTING MSME DEVELOPMENT

By:

Falah Rachmad Darmawan

ABSTRACT

This final project aims to examine the digital marketing strategies implemented by People's Credit Banks (BPR), identify supporting and inhibiting factors, and assess their impact on increasing competitiveness in the digital era. As the financial industry undergoes digital transformation, BPRs are required to adapt by utilizing effective and efficient marketing technologies. This research employs a qualitative approach through literature studies and interviews with employees of BPR Rama Ganda in Bogor City. The findings indicate that BPR's digital marketing strategies include the use of social media, an official website, and the development of mobile banking services. Key supporting factors are management awareness and positive customer response, while inhibiting factors include limited human resources, technology infrastructure, and digital marketing budget. These strategies have had a positive impact on improving BPR's visibility, ease of access to information, and modern institutional image, although the increase in customer numbers remains limited. The success of these strategies requires further improvement in digital content quality, customer education, and the development of technology-based services.

Keywords: People's Economic Bank, Marketing Strategy, Competitiveness, Digitalization

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga Karya Ilmiah ini berhasil diselesaikan. Laporan Tugas Akhir (TA) ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan Juni 2025 dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Perekonomian Rakyat Di Era Digital”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua penulis dan teman-teman yang telah memberikan doa serta dukungan penuh selama menjalani perkuliahan kepada penulis selama ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terima kasih Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Ibu Kery Utami, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma, serta Bapak Subur, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat. Di samping itu, Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis serta temanteman yang telah membantu dalam penulisan usulan penulisan ini. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 18 April 2025

Falah Rachmad Darmawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	<i>i</i>
HALAMAN JUDUL	<i>ii</i>
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	<i>iii</i>
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	<i>iv</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>v</i>
BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR.....	<i>vi</i>
ABSTRAK	<i>vii</i>
ABSTRACT.....	<i>viii</i>
PRAKATA.....	<i>ix</i>
DAFTAR ISI.....	<i>x</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xii</i>
DAFTAR LAMPIRAN.....	<i>xiii</i>
BAB I <i>PENDAHULUAN</i>.....	<i>1</i>
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	4
I.3. Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	4
BAB II <i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>6</i>
II.1 Pengertian Bank Perkreditan Rakyat	6
II.1.1 Fungsi dan Tujuan.....	8
II.1.2 Peran BPR dalam Pembangunan Ekonomi Daerah	9
II.1.3 Inklusi Keuangan melalui BPR.....	10
II.1.4 Tantangan dan Transformasi Digital BPR	11
II.2 Strategi Pemasaran Digital	13
II.3 Pengertian UMKM	17
II.4 Pengertian Daya Saing.....	20
BAB III <i>METODE PENULISAN</i>.....	<i>23</i>
III.1 Pengumpulan Data dan Informasi	23
III.1.1 Objek Penulisan	23
III.1.2 Sumber data	23

III.1.3 Teknik Analisis dan Pengumpulan Data.....	23
III.2 Deskripsi Data dan Informasi.....	24
III.2.1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	27
IV.1 Deskripsi Objek Penulisan	27
IV.2 Deskripsi Responden.....	28
IV. 3 Analisis strategi pemasaran digital yang telah diterapkan	29
IV. 4 Analisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan strategi pemasaran digital BPR	31
IV. 5 Analisis dampak strategi digital yang telah diterapkan oleh BPR Bogor	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
V.1 Simpulan.....	35
V. 2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA.....	37
RIWAYAT HIDUP.....	40
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nilai Transaksi Digital Tahun 2019 – 2023	1
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kantor Bank Perkreditan Rakyat Pusat Kota Bogor	
Lampiran 2 Kantor Bank Perkreditan Rakyat Pusat Kota Bogor	
Lampiran 3 Dokumentasi Bersama Pegawai Bank Perkreditan Rakyat Pusat Kota Bogor.....	
Lampiran 4 Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Pegawai Bank Perkreditan Rakyat Pusat Kota Bogor	