

## **Strategi digital marketing pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Dana Mandiri di era digital**

**Deasy Sandhya Elya Ikawati<sup>1</sup>, Eka Larasati Amalia<sup>2</sup>, Dimas Wahyu Wibowo<sup>2</sup>, Irsyad Arif Mashudi<sup>2</sup>, Titis Agunging Tyas<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Mesin, Politeknik Negeri Malang, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang, Indonesia

Penulis korespondensi : Deasy Sandhya Elya Ikawati

E-mail : deasysandhya@polinema.ac.id

Diterima: 04 Oktober 2025 | Direvisi 24 November 2025 | Disetujui: 26 November 2025 | Online: 30 November 2025

© Penulis 2025

### **Abstrak**

BPR Eka Dana Mandiri menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan nasabah karena proses promosi dan pemasaran masih mengandalkan metode konvensional dan belum memiliki platform digital yang memadai. Keterbatasan ini menghambat pertumbuhan jumlah nasabah secara signifikan setiap tahunnya. Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi *digital marketing* melalui pembuatan *website* sebagai media promosi utama bagi BPR. Kegiatan ini dilaksanakan bekerja sama dengan BPR Eka Dana Mandiri yang berlokasi di Kota Malang. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan, yaitu survei untuk analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi atau pembuatan *website*, dan pengujian sistem. Selain itu, dilakukan pula pelatihan dan pendampingan kepada mitra mengenai cara penggunaan dan pengelolaan *website* secara mandiri. Luaran utama dari kegiatan ini adalah sebuah *website* yang fungsional dan interaktif untuk menampilkan informasi serta layanan perbankan yang tersedia. Melalui pendampingan yang diberikan, mitra diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi informasi, memperluas jangkauan promosi secara daring, dan meningkatkan daya saing di era digital.

**Kata kunci:** *digital marketing; website; BPR; media promosi; layanan perbankan.*

### **Abstract**

BPR Eka Dana Mandiri faces challenges in expanding its customer reach due to its reliance on conventional promotional and marketing methods and the lack of an adequate digital platform. This limitation significantly hinders the annual growth in the number of customers. This Community Service Program aims to design and implement a digital marketing strategy by creating a website to serve as the primary promotional medium for the BPR. This activity was carried out in collaboration with BPR Eka Dana Mandiri, located in Malang City. The implementation method included several stages: a survey for needs analysis, system design, website implementation or development, and system testing. Additionally, training and assistance were provided to the partner on how to use and manage the website independently. The main output of this activity is a functional and interactive website that displays information and available banking services. Through the provided guidance, the partner is expected to enhance their skills in utilizing information technology, broaden their promotional reach online, and improve their competitiveness in the digital era.

**Keywords:** *digital marketing; website; BPR; promotion media; banking services.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan internet dalam dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada dunia perdagangan dan layanan jasa. Konsumen kini memiliki keleluasaan untuk memilih dan mengakses informasi produk secara daring maupun luring. Pelaku usaha yang tidak memanfaatkan media promosi daring berisiko kehilangan daya saing, karena komunikasi pemasaran melalui internet terbukti sangat efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas(Brackert et al., 2021). Fenomena ini juga berlaku pada sektor perbankan, di mana digitalisasi layanan menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah(Otopah et al., 2024).

PT BPR Eka Dana Mandiri, yang berlokasi di Kota Malang, merupakan lembaga perbankan yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan visi menjadi BPR yang sehat, kuat, dan menjadi pilihan masyarakat Malang, BPR Eka Dana Mandiri berfokus pada pemberdayaan UMKM dan menjadi mitra usaha terpercaya bagi pengusaha kecil. Produk yang ditawarkan meliputi pinjaman kredit dengan berbagai skema serta layanan simpanan seperti tabungan dan deposito. Seiring meningkatnya jumlah UMKM di wilayah Malang, BPR Eka Dana Mandiri memiliki peluang besar untuk berkembang. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan dengan bank umum maupun BPR lainnya, serta kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan regulasi dan teknologi(Muhammadin et al., 2020).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra, ditemukan beberapa permasalahan utama. Pertama, BPR Eka Dana Mandiri belum memiliki platform digital yang dapat berfungsi sebagai media promosi dan etalase untuk menampilkan layanan yang ditawarkan secara daring. Kedua, belum ada sarana digital yang memadai untuk memasarkan layanan dan menjangkau calon nasabah baru secara efektif, terutama dari berbagai kalangan di dalam maupun luar kota. Akibatnya, metode promosi yang ada saat ini, seperti mendatangi langsung para pelaku UKM, menjadi kurang efektif dari segi waktu dan biaya. Selain itu, mitra juga membutuhkan pendampingan dan pelatihan untuk dapat mengelola platform digital yang akan dikembangkan secara mandiri di kemudian hari.

Untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) ini bertujuan merancang dan mengimplementasikan sebuah platform *digital marketing* berupa *website* yang dapat membantu BPR Eka Dana Mandiri dalam mempromosikan layanannya secara daring. Melalui kegiatan ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan strategi promosi, menjangkau lebih banyak nasabah, serta memperkuat perannya dalam mendukung perekonomian lokal di Malang Raya(Yusuf & Bala, 2015).

## METODE

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) ini dilaksanakan pada periode Maret 2025 sampai Oktober 2025. Kegiatan ini bekerja sama dengan mitra yaitu BPR Eka Dana Mandiri yang berlokasi di Kota Malang. Tim PPM terdiri atas dosen dan mahasiswa dari Politeknik Negeri Malang, sementara peserta dari pihak mitra adalah jajaran pemilik dan manajemen BPR Eka Dana Mandiri.

Alur kerja kegiatan PPM dirancang secara sistematis yang terdiri dari beberapa tahapan utama, dimulai dari proses survei, perancangan, implementasi, hingga pengujian sistem. Tahap awal pelaksanaan diawali dengan kunjungan tim PPM ke lokasi mitra untuk melakukan survei dan wawancara. Melalui metode ini, tim melakukan identifikasi untuk menganalisis kondisi dan permasalahan yang dihadapi mitra. Permasalahan utama yang ditemukan adalah belum adanya platform digital sebagai media promosi untuk menjangkau nasabah secara daring, sehingga menghambat pertumbuhan bisnis secara signifikan.

Berdasarkan temuan tersebut, tim PPM menawarkan solusi berupa pembuatan *website* sebagai sarana *digital marketing*. Setelah solusi disetujui, kegiatan dilanjutkan dengan perancangan dan implementasi sistem *website*. Tahap akhir dari kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan bagi mitra untuk memastikan mereka dapat mengelola dan memanfaatkan *website* yang telah dikembangkan secara mandiri dan berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

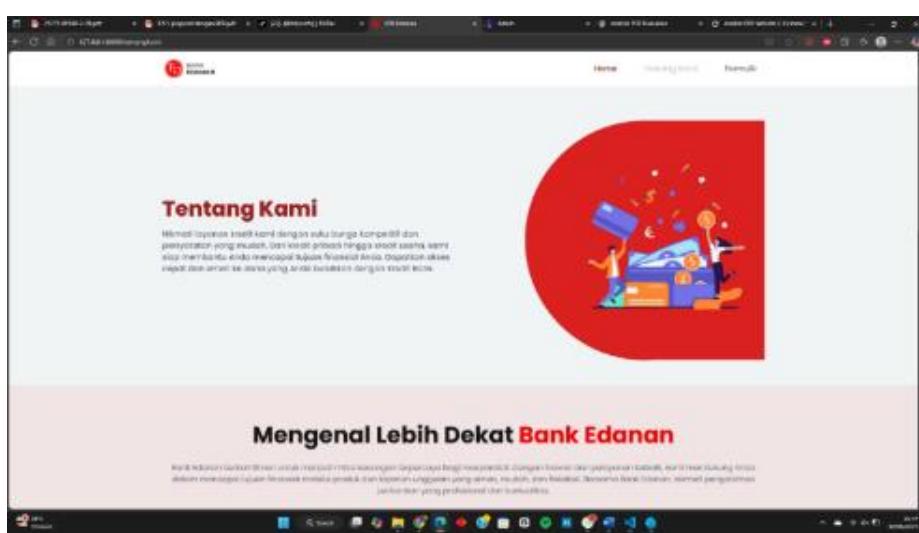
Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) ini berfokus pada penyelesaian masalah mitra melalui implementasi teknologi informasi. Hasil utama dari kegiatan ini dapat dibagi menjadi dua komponen utama, yakni produk teknologi berupa *website digital marketing*, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia mitra melalui pelatihan dan pendampingan.

### Pengembangan Website Bank Edaman

Menjawab tantangan mitra yang sebelumnya mengandalkan metode pemasaran konvensional, tim PPM merancang dan membangun sebuah *website*. Platform ini dikembangkan sebagai etalase digital utama untuk BPR Eka Dana Mandiri. Dari sisi teknis, *website* ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan framework Laravel yang andal dan aman. Untuk antarmuka pengguna (user interface), digunakan Tailwind CSS yang memastikan tampilan website modern, bersih, dan responsif di berbagai perangkat, mulai dari komputer desktop hingga ponsel. Seluruh data dikelola menggunakan sistem basis data MySQL. Antarmuka *website* dirancang untuk melayani pengunjung atau calon nasabah.



Gambar 1. Halaman Utama.



Gambar 2. Halaman Tentang Kami.

Pada gambar 1 merupakan tampilan Halaman Utama (homepage) yang menyambut pengunjung dengan banner yang ditampilkan dengan *slide show*, serta navigasi yang jelas menuju layanan utama seperti pinjaman, simpanan, dan deposito.

Untuk membangun citra dan kepercayaan, terdapat halaman Tentang Kami, seperti yang ditampilkan pada gambar 2, menjelaskan profil dan komitmen bank kepada masyarakat. Calon nasabah yang tertarik, dapat langsung mengisi data diri melalui halaman Formulir yang juga tersedia pada navbar tersebut.

The screenshot shows a web browser window with the URL '127.0.0.1:8000/Formulir'. The page title is 'Formulir Pendataan Nasabah Bank Edaman'. It contains several input fields for personal information: 'Nama Lengkap' (Masukkan Nama Lengkap), 'Nomor KTP' (Masukkan Nomor KTP), 'Alamat RW/RT' (Masukkan RW dan RT), 'Desa/Kelurahan' (Masukkan Desa/Kelurahan), 'Kecamatan' (Masukkan Kecamatan), 'Kabupaten' (Masukkan Kabupaten), and 'Kode Pos' (Masukkan Kode Pos). Below these fields is a blue 'Print Form' button. At the top of the page, there is a navigation bar with links for 'Home', 'Tentang Kami', and 'Formulir'.

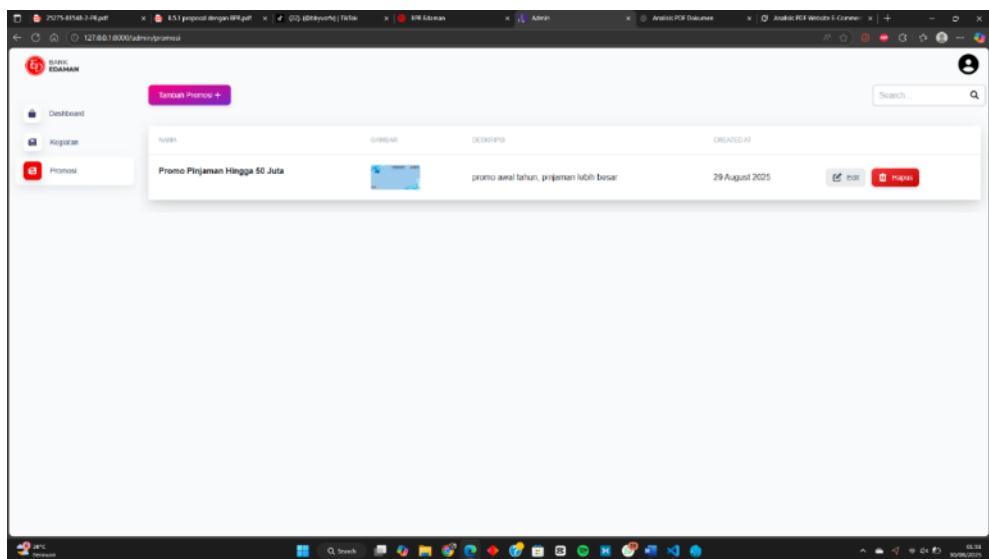
**Gambar 3.** Halaman Formulir.

Formulir yang dirancang simpel dan sederhana, membuatnya dapat diakses dengan mudah, seperti yang ditampilkan pada gambar 3, sehingga harapannya dapat menarik calon nasabah lebih banyak.

Untuk pengelolaan konten, pihak BPR diberikan akses ke halaman admin. Pada halaman Dashboard Admin ini menyajikan ringkasan data dan statistik penting secara visual, seperti jumlah pengguna, dan nasabah baru, untuk membantu manajemen dalam memonitor aktivitas secara cepat.

The screenshot shows a web browser window with the URL '127.0.0.1:8000/admin/kegiatan'. The page title is 'Dashboard'. On the left, there is a sidebar with icons for 'Dashboard', 'Kegiatan' (highlighted in pink), and 'Promosi'. The main content area shows a table with one row of data: 'event memperingati kemerdekaan' (Event), 'Email' (Category), '29 August 2025' (Created At), '2025-08-29 18:49:38' (Last Update), and 'SELESAI' (Status). There are 'Edit' and 'Hapus' buttons at the bottom of the table row. At the top right of the main area, there is a search bar and a user profile icon.

**Gambar 4.** Halaman Admin Kelola Kegiatan.



Gambar 5. Halaman Admin Kelola Promosi.

Halaman admin dilengkapi dengan berbagai fitur untuk mengelola konten *website* secara dinamis. Seperti pada Gambar 4 menunjukkan halaman pengelolaan kegiatan, di mana admin dapat dengan mudah menambah, mengubah (edit), atau menghapus (hapus) materi kegiatan yang ingin ditampilkan di halaman depan. Fitur serupa juga tersedia untuk mengelola informasi promosi atau berita perusahaan, seperti yang terlihat pada gambar 5.

### Pelatihan dan Pendampingan Mitra

Implementasi teknologi tidak akan optimal tanpa adanya transfer pengetahuan. Oleh karena itu, tim PPM menyelenggarakan sesi pelatihan dan pendampingan intensif pada tanggal 6 Agustus 2025. Kegiatan ini bukan hanya sesi teknis, melainkan sebuah forum kolaborasi strategis yang dihadiri oleh seluruh jajaran BPR, termasuk direktur dan karyawan.



Gambar 6. Pembukaan Tim PPM.



**Gambar 7.** Sambutan oleh Direktur BPR Eka Dana Mandiri.

Acara dibuka dengan pemaparan dari perwakilan tim PPM mengenai *urgensi* dan kerangka kerja sama dalam transformasi digital bagi BPR, seperti yang terlihat pada gambar 6. Sesi ini disambut hangat oleh direktur BPR Eka Dana Mandiri yang memberikan kata sambutan dan secara resmi membuka kegiatan, menekankan pentingnya adopsi teknologi untuk kemajuan Bersama, terlihat pada gambar 7.



**Gambar 8.** Penjelasan Strategi Digital Marketing oleh Tim PPM.

Pada gambar 8, peserta dibekali wawasan mengenai berbagai strategi *digital marketing* yang efektif dan relevan untuk industri perbankan. Puncak dari pelatihan adalah sesi demonstrasi langsung (*live demo*) penggunaan *website* Bank Edaman pada gambar 11, di mana tim menjelaskan langkah demi langkah cara memperbarui promosi, mempublikasikan berita, dan mengelola data nasabah yang masuk.

Tingkat keberhasilan transfer pengetahuan terlihat jelas dari tingginya antusiasme peserta. Sesi diskusi dan tanya jawab menjadi sangat dinamis, di mana para karyawan secara aktif bertanya dan berdiskusi mengenai implementasi strategi dan teknis penggunaan *website*, seperti yang terlihat pada gambar 10 dan gambar 11. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan sangat relevan dan menjawab kebutuhan operasional mereka. Pada gambar 12 merupakan kegiatan penutup, yakni sesi foto bersama, yang menjadi simbol sinergi dan komitmen bersama antara akademisi dan pelaku industri untuk maju bersama di era digital.

### Evaluasi Kegiatan

Evaluasi akhir dilakukan melalui metode wawancara mendalam dengan kepala bagian pemasaran BPR. Hasil wawancara mengonfirmasi bahwa luaran PPM telah mencapai sasarannya. Pihak pemasaran menyatakan bahwa website Bank Edaman merupakan sebuah terobosan bagi strategi promosi mereka. Jika sebelumnya jangkauan promosi terbatas secara geografis, kini BPR Eka Dana Mandiri memiliki "kantor cabang digital" yang beroperasi 24/7, mampu menyajikan informasi secara konsisten dan profesional kepada siapa pun dan di mana pun. Ini secara langsung menjawab tantangan efisiensi dan jangkauan yang menjadi kendala utama sebelumnya, sekaligus meningkatkan citra dan daya saing mitra di industri perbankan modern(Hassan Muhammad Iatzaz Ul et al., 2025).

## SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan PPM bersama mitra BPR Eka Dana Mandiri berjalan dengan baik sesuai dengan rencana. Kegiatan ini menghasilkan luaran berupa *website*, yang dikembangkan guna menyediakan kemudahan bagi mitra untuk melakukan promosi secara *daring*, memperluas jangkauan nasabah, dan mengelola informasi layanan secara lebih efisien. Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan PPM ini sudah mencapai target yang diharapkan.

Kegiatan lanjutan yang disarankan yaitu memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital yang lebih mendalam, seperti optimasi media sosial dan Search Engine Optimization (SEO), serta melakukan pengembangan fitur *website* secara berkala untuk meningkatkan interaksi dengan nasabah.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tim PPM mengucapkan terimakasih kepada mitra BPR Eka Dana Mandiri.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ayinaddis, S. G., Taye, B. A., & Yirsaw, B. G. (2023). Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: An implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(22). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00287-y>
- Batmunkh, G. (2025). An investigation of the switching behavior and why customers switch banks in the retailing banking sector. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1548050>
- Brackert, T., Chen, C., Colado, J., Poddar, B., Dupas, M., Maguire, A., Sachse, H., Stewart, S., Uribe, J., & Wegner, M. (2021). Global Retail Banking 2021. <https://www.bcg.com/publications/2021/global-retail-banking-report>
- Hassan, M. I. U., Wu, M., Lu, J., Sohu, J. M., Ali, S., Anjum, H. N., & Bilal, M. (2025). Financial technology and banking performance in developing countries: Evidence from an advanced quantile regression approach. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05571-8>
- Kumar, V., Leone, R. P., & McAlister, L. (2025). Enhancing customer engagement: Exploration and introduction to the special section. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53, 955–967. <https://doi.org/10.1007/s11747-025-01113-5>
- Muhammadin, A., Ramli, R., Ridjal, S., Kanto, M., Alam, S., & Idris, H. (2020). Effects of dynamic capability and marketing strategy on the organizational performance of the banking sector in Makassar, Indonesia. *Revista Espacios*, 41. <https://www.revistaespacios.com>
- Otopah, A. A., Dogbe, C. S. K., Amofah, O., & Ahlijah, B. (2024). Digital marketing and purchase intention of bank services: The role of trust and engagement. *International Journal of Bank Marketing*, 42(7), 1920–1945. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2023-0097>
- Pham, P.-T., & Nguyen, D. T. N. (2025). The effects of the fintech company growth on bank performance through balanced scorecard – a Delphi study. *Asian Journal of Economics and Banking*. <https://doi.org/10.1108/AJEB-09-2024-0102>
- Tarawneh, A., Abdul-Rahman, A., Mohd Amin, S. I., & Ghazali, M. F. (2024). A systematic review of fintech and banking profitability. *International Journal of Financial Studies*, 12(1), 3. <https://doi.org/10.3390/ijfs12010003>

---

Yusuf, E. E., & Bala, A. (2015). Empirical analysis of service quality, reliability and end-user satisfaction on electronic banking in Nigeria. *IOSR Journal of Business and Management*, 17, 28–34.  
<https://doi.org/10.9790/487X-171022834>