



PERANAN DAN STRATEGI PEMASARAN KUR MIKRO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN NASABAH UMKM PADA BANK JATIM KCP KLAMPIS SURABAYA

Vynka Zahira Sausan¹, Siti Ning Farida²

^{1,2}Administrasi Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email: vynkasausan25@gmail.com ; sitisaham@yahoo.co.id

ABSTRAK

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam meningkatkan dan mengembangkan perekonomian di Indonesia. Namun, tidak sedikit UMKM yang mengalami kendala sehingga sulit untuk berkembang. Kendala yang paling banyak dihadapi yaitu keterbatasan modal. Program KUR dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan dan strategi pemasaran KUR Mikro dalam meningkatkan pendapatan nasabah UMKM pada Bank Jatim KCP Klampis Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan dan analisis data melalui data primer berupa observasi dan wawancara, serta data sekunder berupa jurnal, artikel, buku, media massa yang berkaitan dengan penelitian. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa peran KUR Mikro dalam meningkatkan pendapatan nasabah UMKM di Kota Surabaya yaitu sebagai modal untuk mengembangkan usahanya dan mengakselerasi pengembangan kegiatan perekonomian di sektor riil dalam rangka penanggulangan dan pengentasan kemiskinan serta perluasan kesempatan kerja. Sementara strategi pemasaran KUR Mikro yang dilakukan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam meningkatkan pendapatan nasabah UMKM di Kota Surabaya yaitu mengacu pada konsep bauran pemasaran atau marketing mix yang meliputi Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), Promosi (Promotion), Orang (People), Proses (Process), dan Bukti Fisik (Physical Evidence). Konsep bauran pemasaran diaplikasikan pada kegiatan yang dilakukan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya seperti melakukan *telle marketing*, *cross selling*, *open booth*, *canvassing*, mengunjungi nasabah, dan membuat program-program yang menarik.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, KUR, Pendapatan Nasabah UMKM

THE ROLE AND MARKETING STRATEGY OF KUR MICRO IN INCREASING THE INCOME OF MSME CUSTOMERS AT BANK JATIM KCP KLAMPIS SURABAYA

ABSTRACT

The existence of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is very important in boosting and developing the economy in Indonesia. However, many MSMEs face obstacles that make it difficult for them to grow. The most common challenge they encounter is limited capital. The KUR program is intended to strengthen the capital capabilities of businesses in order to implement policies that accelerate the development of the real sector and empower MSMEs. This study aims to understand the role and marketing strategies of KUR Mikro in increasing the income of MSME customers at Bank Jatim KCP Klampis Surabaya. This research employs a descriptive qualitative research method. Data collection and analysis methods include primary data through observation and interviews, as well as secondary data from journals, articles, books, and mass media related to the research. The results indicate that the role of KUR Mikro in increasing the income of MSME customers in Surabaya is as capital for business development and accelerating economic activities in the real sector to alleviate poverty and expand job opportunities. Meanwhile, the marketing strategy of KUR Mikro employed by Bank Jatim KCP Klampis Surabaya to increase the income of MSME customers in Surabaya refers to the marketing mix concept, which includes Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence. The marketing mix concept is applied in activities conducted by Bank Jatim KCP Klampis Surabaya, such as *telemarketing*, *cross-selling*, *open booths*, *canvassing*, *visiting customers*, and creating attractive programs.

Keywords: Marketing Strategy, KUR, Customers of MSME Incomes.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian di Indonesia. Peranan ini mencakup kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, serta pengurangan ketimpangan ekonomi. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM 2021, di Indonesia terdapat 64,2 juta unit usaha dan 123.300 tenaga kerja. Hal ini membuktikan keberadaan UMKM sangat penting dalam meningkatkan dan mengembangkan perekonomian di Indonesia. (Nabilah Muhammad, 2023).

Saat ini telah banyak UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang karena dipengaruhi beberapa faktor pendorong kemajuan UMKM. Faktor tersebut berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal yakni keinginan untuk berkembang, kemauan untuk belajar, serta keinginan untuk unggul. Dan faktor eksternal yang mendorong perkembangan UMKM antara lain adalah kemudahan akses kredit, pertumbuhan ekonomi, dan kemajuan teknologi. Namun, tidak sedikit UMKM yang mengalami kendala sehingga sulit untuk berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Kendala yang dihadapi UMKM dalam meningkatkan kemampuan usahanya sangat kompleks dan meliputi berbagai aspek yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan.

Kendala yang paling banyak dihadapi yaitu kurangnya permodalan. Keterbatasan modal menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Tanpa modal yang cukup, jumlah produk yang dapat diproduksi sangat terbatas. Akibatnya, cakupan pasar yang dapat dijangkau juga terbatas. Hal ini mengakibatkan potensi UMKM tidak dapat dikembangkan secara maksimal. Selain itu, keterbatasan modal juga mempengaruhi sumber daya manusia (SDM) yang dimana dalam pelaksanaan bisnis, SDM mempengaruhi banyak hal baik dari segi kualitas, daya saing, hingga jangkauan produk yang dimiliki.

Untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM, pemerintah menerbitkan instruksi presiden Nomor 6 Tahun 2007 tentang kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan Pemberdayaan UMKM. Dan pada tanggal 5 November 2007, Presiden Susilo Bambang Yudoyono meresmikan program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Program KUR dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah melalui lembaga perbankan, yang ditujukan untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Koperasi (UMKM-K) serta usaha-usaha yang memiliki kelayakan ekonomi namun belum memenuhi kriteria untuk mendapatkan kredit perbankan konvensional. KUR mencakup berbagai jenis usaha, terutama yang bergerak di sektor-sektor produktif seperti pertanian, industri, perikanan dan kelautan, kehutanan, hingga usaha jasa simpan pinjam.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) bertujuan untuk mempercepat pengembangan kegiatan ekonomi di sektor riil guna mengatasi kemiskinan dan memperluas kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. (Lely Safitri Dewi dan Siti Harzini, 2024) Program KUR merupakan program pemerintah untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui kebijakan pemberian kredit atau pembiayaan modal kerja maupun investasi kepada debitur individu, badan usaha, atau kelompok usaha yang produktif dan layak. Tujuan pelaksanaan program KUR adalah untuk meningkatkan dan memperluas akses pembiayaan bagi usaha produktif, serta meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Peran bank dan lembaga keuangan lainnya sangat krusial dalam mendukung usaha mikro yang mengalami kesulitan dalam memperoleh dana. Tujuan bank dalam membiayai usaha mikro adalah untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi usaha mikro yang bergerak di sektor produktif, membantu usaha mikro yang berkontribusi pada pembangunan sektor riil, serta mendukung mereka yang terlibat dalam upaya pengentasan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja. (Dewi Safitrah, 2022)

Bank Jatim merupakan salah satu lembaga keuangan (perbankan) yang menawarkan produk kredit. Bank Jatim, sebagai salah satu bank daerah yang berkomitmen mendukung pertumbuhan ekonomi regional, menyediakan layanan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program KUR di Bank Jatim bertujuan untuk memberikan akses permodalan yang lebih mudah dan terjangkau bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat mengembangkan usahanya, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperluas pasar mereka.



Pemasaran bukan hanya tentang transaksi jual beli, tetapi juga tentang kegiatan interaksi antara konsumen dan produsen yang bisa menghasilkan kesepakatan jual beli. Pemasaran berfungsi untuk menciptakan konsumen yang loyal, sehingga mereka tidak mudah terpengaruh oleh produk pesaing ketika terjadi persaingan usaha. Menurut Kotler dan Keller dalam Nafsah et al., (2022) Pada strategi pemasaran terdapat konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 7P: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), People (orang), Process (proses).

Pemasaran memiliki peran penting untuk keberhasilan perusahaan. Pada Bank Jatim, perlu diterapkan strategi pemasaran yang komprehensif dan adaptif agar dapat menarik lebih banyak nasabah dan juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah yang sudah ada. Maka dari itu berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dalam bentuk penulisan artikel penelitian yang berjudul “Peranan dan Strategi Pemasaran KUR Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah UMKM pada Bank Jatim KCP Klampis Surabaya”.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif karena dalam penelitian ini nantinya akan menghasilkan data yang bersifat deskriptif atau berupa kata-kata yang tertulis. Penelitian ini menafsirkan serta menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap dan pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Dimana penelitian ini langsung terjun ke lapangan atau dengan kata lain penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data secara langsung di Bank Jatim KCP Klampis Surabaya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Bank Jatim KCP Klampis Surabaya. Dan data sekunder melalui jurnal ilmiah, buku yang relevan, artikel, media massa yang terpercaya, serta hasil riset yang memiliki hubungan dengan judul penelitian yang kemudian diolah menjadi suatu pembahasan yang berhubungan dengan tema penelitian sebagai bahan referensi dalam bentuk daftar kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran KUR Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah pada Bank Jatim KCP Klampis Surabaya

Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro di Bank Jatim memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan nasabah, terutama bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). KUR Mikro merupakan program pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah melalui bank untuk memberikan akses permodalan yang mudah dan terjangkau kepada UMKM yang membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan suku bunga yang kompetitif dan proses aplikasi yang lebih sederhana dibandingkan pinjaman konvensional, KUR Mikro membantu UMKM mengatasi hambatan permodalan yang sering kali menjadi penghalang utama bagi pertumbuhan bisnis mereka.

Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini ditujukan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memerlukan dana modal tambahan untuk usaha yang sedang dijalankan. Ketika program berjalan pihak penyalur Kredit Usaha Rakyat (KUR) akan memastikan apakah program tersebut sudah berjalan secara produktif atau efektif sehingga terpenuhinya target yang telah ditentukan pada program Kredit Usaha Rakyat (KUR) tersebut.

Aspek yang digunakan untuk mengukur efektifitas terhadap penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) tersebut untuk peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dilihat dari 4 prosedur berikut: (Suginam et al., 2021)

1. Prosedur Ketepatan Sasaran: berkaitan dengan sejauh mana pelanggan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya. Sasaran program KUR adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membutuhkan tambahan modal usaha untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka.



2. Prosedur Ketepatan Waktu: berkaitan dengan penentuan waktu yang telah ditetapkan dalam pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada pemohon dalam menentukan jumlah kredit yang diajukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
3. Prosedur Ketepatan Jumlah: berfokus pada ketepatan jumlah dana yang akan diterima oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari lembaga penjamin kredit sesuai dengan pengajuan kredit mereka sebelumnya. Dalam proses pemberian kredit, pemohon harus mengajukan permohonan kredit dan menentukan jangka waktu penyelesaian KUR tersebut.
4. Prosedur Ketepatan Kredit: mencakup ketentuan yang telah disepakati antara debitur dan kreditur mengenai semua aspek yang berkaitan dengan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Pembiayaan KUR Mikro yaitu dengan memberikan pinjaman atau pembiayaan kepada UMKM-K dalam bentuk modal kerja dan investasi dengan jaminan dari perusahaan yang layak dan produktif. Bank Jatim memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dengan menawarkan tiga jenis KUR dengan plafon kredit yang berbeda yaitu kredit super mikro dengan jumlah pinjaman maksimal Rp 10 juta, kredit mikro dengan jumlah pinjaman antara Rp 10 juta – Rp 75 juta, dan kredit kecil dengan jumlah pinjaman antara Rp 75 juta – Rp 500 juta. Maka dari itu penjamin wajib mengetahui alokasi dana harus sesuai dengan awal tujuan pinjaman dan omset yang dicapai nasabah. Jangan sampai dana digunakan untuk hal diluar tujuan pinjaman, karena hal ini dapat berisiko bagi penjamin.

Untuk pelaku UMKM, kredit yang disarankan yakni kredit mikro. Dengan jumlah pinjaman antara Rp 10 juta hingga Rp 75 juta sudah sangat memadai untuk awal perkembangan usahanya. Bank Jatim KCP Klampis Jaya selalu menerapkan prinsip kehati-hatian guna mencegah terjadinya kredit macet dan alokasi dana tidak sesuai dengan tujuan pinjaman. Pihak marketing kredit KUR Mikro juga selalu melakukan monitoring dengan kunjungan rutin berupa survey ke tempat usaha nasabah dan memantau melalui sosial media. Selain itu penjamin selalu menginformasikan dan mengingatkan nasabah mengenai tanggal jatuh tempo cicilan, sehingga nasabah dapat menyisihkan dana untuk pembayaran cicilan dan menghindari keterlambatan pembayaran.

Pembiayaan Kur Mikro yang disediakan oleh pemerintah melalui Bank Jatim sangat membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha mereka. Suku bunga, Kredit Usaha Rakyat Bank Jatim memiliki suku bunga mencapai 6% atau setara dengan 0,5% per bulan flat. Hal ini memberikan peluang yang lebih baik bagi masyarakat Kota Surabaya untuk mengembangkan usaha mereka. Salah satu cara KUR Mikro meningkatkan pendapatan nasabah adalah melalui penyediaan modal kerja dan investasi yang memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi dan diversifikasi produk mereka. Sebagai contoh, Penulis melakukan wawancara singkat Bapak Agus selaku nasabah pembiayaan KUR Mikro, beliau menjelaskan bahwa: “setelah mendapatkan pembiayaan KUR Mikro sebesar Rp. 10.000.000,00 yang digunakan untuk menambah modal usaha jualan telur ayam, beliau mengatakan dalam 3 bulan terakhir pendapatan saya rata-rata meningkat”. Maka dari itu, peran KUR Mikro sebagai modal digunakan untuk membeli bahan baku dalam jumlah yang lebih besar dengan harga yang lebih murah atau untuk memperbarui peralatan produksi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menurunkan biaya produksi. Dengan biaya produksi yang lebih rendah dan kapasitas produksi yang lebih tinggi, UMKM dapat meningkatkan margin keuntungan dan skala bisnis mereka.

Pembiayaan Kur Mikro di Bank Jatim berperan sangat penting sebagai modal bagi UMKM di Surabaya dan menjadikan UMKM dapat tumbuh dan berkembang. Tanpa tambahan modal, perusahaan, terutama UMKM, sulit untuk berkembang lebih jauh. Oleh karena itu, pemerintah menyediakan pembiayaan KUR Mikro untuk mendukung pengembangan UMKM. Bank Jatim KCP Klampis Surabaya adalah salah satu lembaga keuangan yang dipercaya oleh pemerintah untuk menyalurkan pembiayaan KUR Mikro ini kepada UMKM di Kota Surabaya dan sekitarnya.

Bagi UMKM, memperoleh KUR sangat bermanfaat karena dapat memberikan bantuan pembiayaan yang dibutuhkan untuk mengembangkan kegiatan usaha mereka. Pembiayaan ini bisa digunakan untuk berbagai keperluan pengembangan bisnis. Selain bagi UMKM, KUR juga membawa manfaat besar bagi pemerintah. Pemerintah daerah dapat merasakan manfaat dari KUR dalam bentuk percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM yang bertujuan untuk mengatasi kemiskinan, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Selain itu, KUR



juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, yang tercermin dalam angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Dalam sektor perekonomian, Tujuan program KUR adalah untuk percepatan pengembangan sektor riil dan penguatan UMKM-K, meningkatkan akses pembiayaan dan mengembangkan UMKM-K kepada Lembaga Keuangan, dan upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesempatan kerja. Hal ini terkait dengan meningkatkan kesempatan kerja, pendapatan pelaku usaha UMKM, dan menurunkan tingkat kemiskinan. Berdasarkan studi (TNP2K,2014) dalam Ilmiasi Iztiyar, 2022 Setelah menerima KUR, kinerja UMKM menunjukkan peningkatan dalam penciptaan lapangan kerja dan kepemilikan aset bisnis. Hal ini secara tidak langsung mengindikasikan bahwa KUR memiliki peran signifikan dalam pemberdayaan UMKM. Penyaluran KUR semakin jelas memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan UMKM, karena untuk menghasilkan output yang besar, sebuah usaha memerlukan biaya yang besar pula, yang bisa diperoleh melalui dana KUR.

Strategi Pemasaran KUR Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah UMKM pada Bank Jatim KCP Klampis Surabaya

Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam industri. Strategi pemasaran berperan sebagai pemandu bagi perusahaan dalam memahami pasar, menetapkan target yang tepat, dan menciptakan nilai bagi pelanggan. (Arif & Vickesia, 2021) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa Strategi pemasaran berperan penting dalam mencapai visi dan misi perusahaan, karena sebuah strategi pemasaran adalah bagian dari realisasi perencanaan dalam sebuah perusahaan. Selain itu, strategi pemasaran juga memberikan panduan tentang kegiatan yang harus dilakukan untuk mengoptimalkan kinerja dan mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran melibatkan kegiatan yang berkaitan dengan penyaluran produk atau jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran juga berkaitan dengan promosi yang efektif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, dengan tetap mengutamakan kepuasan pelanggan. Promosi yang dilakukan oleh bank syariah bertujuan untuk menunjukkan perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, sehingga kegiatan tersebut dapat menarik calon nasabah untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya, penulis melakukan wawancara singkat dengan narasumber yaitu oleh bapak Wika selaku Account Officer KUR Mikro di Bank Jatim KCP Klampis Surabaya. Dalam wawancara, dijelaskan tentang strategi pemasaran KUR Mikro dalam meningkatkan pendapatan nasabah UMKM pada Bank Jatim yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana konsep pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam memasarkan produk KUR Mikro?	Dalam memasarkan produk KUR Mikro, Bank Jatim menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi ini dapat dilihat dari cara Bank Jatim memasarkan produknya dengan <i>canvassing</i> , <i>cross selling</i> , <i>telle marketing</i> , dan sosialisasi.
2	Bagaimana hasil dari konsep pemasaran yang digunakan Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam memasarkan produk KUR Mikro?	Penerapan konsep pemasaran yang komprehensif oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam memasarkan produk KUR Mikro menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah nasabah, volume pinjaman, dan kepuasan nasabah.
3	Apakah konsep pemasaran yang dilakukan Bank Jatim KCP Klampis Surabaya memasarkan tabungan produk KUR Mikro berpengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah?	Berpengaruh, dengan menjalankan strategi dengan efektif tentunya nasabah akan meningkat.



4	Bagaimana Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam mempertahankan strategi agar dapat menang bersaing dalam memasarkan produk KUR Mikro?	Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam memasarkan produk KUR Mikro melakukan promosi yang efektif, membangun koneksi dengan nasabah, melakukan strategi 4P, dan selalu memberikan dukungan untuk nasabah dan usahanya.
5	Bagaimana Bank Jatim KCP Klampis Surabaya melakukan analisis pasar?	Dalam hal ini Bank Jatim KCP Klampis Surabaya memfokuskan nasabah terdekat atau terlama. Dengan selalu menjalin hubungan dengan baik, secara tidak langsung akan menghubungkan dengan calon nasabah baru. AO KUR Mikro juga membuat list UMKM setiap minggunya untuk menentukan calon nasabah baru. Ini salah satu strategi yang dapat digunakan untuk memperluas pasar.
6	Seperti apakah target pasar dalam produk KUR Mikro?	Target pasar dalam produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro adalah pelaku usaha mikro. Produk KUR Mikro ini ditujukan khususnya untuk masyarakat yang memiliki usaha khususnya usaha mikro.
7	Kendala apa saja yang dihadapi Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam memasarkan produk KUR baik secara internal maupun eksternal?	Kendala internal pada Bank Jatim KCP Klampis Surabaya keterbatasan sumber daya dan keterbatasan teknologi. Sedangkan kendala eksternal yaitu persaingan dengan lembaga keuangan lain dan tingkat literasi keuangan nasabah.
8	Bagaimana cara Bank Jatim KCP Klampis Surabaya mengatasi kendala tersebut?	Kendala dapat diatasi dengan cara melakukan evaluasi. Dan juga dengan cara memahami situasi yang terjadi Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam memasarkan produknya. Untuk itu bank harus benar-benar dapat membaca situasi dan jalannya kompetitor dengan sebaik mungkin.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dan bank lainnya pada dasarnya menerapkan strategi pemasaran yang tidak jauh berbeda. Strategi Bank Jatim KCP Klampis Surabaya menggunakan beberapa strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan tujuan yang ditargetkan yaitu bauran pemasaran atau marketing mix yang meliputi produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), proses (process), dan bukti fisik (physical evidence) yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat dipasarkan untuk menarik perhatian dan memenuhi keinginan atau kebutuhan ketika dibeli, digunakan, atau dikonsumsi. Bank Jatim KCP Klampis Surabaya menawarkan produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Produk ini mencakup berbagai jenis pinjaman modal kerja dan investasi dengan bunga yang kompetitif.

2. Harga (*Price*)

Penentuan harga setiap produk mikro telah ditetapkan oleh Kemenko Perekonomian yang dikeluarkan oleh pemerintah, dengan produk mikro termurah yaitu KUR (Kredit Usaha Rakyat) sebesar 6%. Bank Jatim KCP Klampis Surabaya mampu bersaing dengan bank lain dalam menetapkan



harga atau margin dengan menawarkan keunggulan produk berupa angsuran pembiayaan yang bersifat flat atau tetap hingga angsuran tersebut lunas. Pada tahap pertama, angsuran tetap flat (tidak terpengaruh oleh kenaikan atau penurunan suku bunga), tetapi pada angsuran kedua dan seterusnya tetap dipengaruhi oleh suku bunga, sehingga angsuran menjadi tidak flat. Hal ini membuat nasabah merasa tenang karena besar angsuran tidak akan berubah meskipun kondisi ekonomi sedang tidak baik. Dengan keunggulan ini, Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dapat menarik minat nasabah terhadap produk pembiayaan usaha mikro.

3. Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi pada bank merupakan kebijakan yang sangat penting karena bank yang berada di lokasi strategis memudahkan nasabah. Bank Jatim KCP Klampis Surabaya berada di Jl. Klampis Jaya Ruko Klampis Kav. 25, Surabaya, Jawa Timur, Dimana jalan tersebut merupakan lokasi strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat karena di area tersebut terdapat perusahaan, pedagang, hingga coffeeshop atau tempat makan. Maka dari itu jalan tersebut sangat ramai dan sering dikunjungi yang membuat Bank Jatim KCP Klampis Surabaya berada di lokasi yang strategis.

4. Promosi (*Promotion*)

Dalam mempromosikan produk KUR Mikro, Bank Jatim menerapkan berbagai macam strategi, terdapat strategi yang dianggap efektif antara lain strategi *canvassing* atau *door to door*, strategi ini dianggap lebih efektif karena dapat berinteraksi secara langsung, dan para calon nasabah serta dapat melakukan tanya jawab kepada Account Officer Mikro. Strategi lainnya yaitu penyebaran brosur ke tempat usaha yang ada dengan menawarkan para pengusaha atau pedagang untuk pengajuan pembiayaan usaha mikro. Untuk memaksimalkan promosi, Bank Jatim menjalankan kampanye pemasaran melalui berbagai media, termasuk iklan di media cetak, elektronik, dan digital, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang produk KUR Mikro Bank Jatim.

5. Orang (*People*)

Pada strategi *People*, Bank Jatim KCP Klampis Surabaya terus berusaha untuk meningkatkan SDM dengan melaksanakan pelatihan kepada staff secara berkala atau tiap bulannya. Bank Jatim mewajibkan seluruh staffnya untuk selalu menerapkan 3S (Senyum, Salam, dan Sapa) pada saat melayani nasabah. Dan juga Memperlakukan nasabah dengan baik, ramah, professional, dan membuat mereka merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya. Pendekatan khusus dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan siapa pun dan di mana pun, serta melakukan tindak lanjut terhadap nasabah yang pernah ditawarkan produk pembiayaan usaha mikro.

6. Proses (*Process*)

Pada proses, Bank Jatim KCP Klampis Surabaya sangat memperhatikan segala aspek dalam proses pembiayaan usaha mikro, baik dari segi produk maupun karyawannya. Untuk mekanisme layanan pembiayaan usaha mikro Bank Jatim KCP Klampis Surabaya menerapkan beberapa tahapan dalam melayani calon nasabahnya. Tahap pertama adalah tahap pengajuan dana, di mana calon nasabah menyerahkan fotokopi KTP suami atau istri kepada bagian pemasaran, dilampiri dengan legalitas usaha, fotokopi kartu keluarga, dan fotokopi dokumen agunan. Tahap kedua melibatkan pengecekan BI terhadap calon nasabah untuk mengetahui karakter mereka, khususnya apakah mereka pernah bermasalah dengan angsuran sebelumnya. Jika tidak ada masalah, tahap berikutnya adalah survei. Pada tahap ketiga, Bank Jatim KCP Klampis Surabaya melakukan survei untuk menilai kelayakan calon nasabah. Survei ini melibatkan pengecekan kondisi, potensi, dan usaha di daerah yang bisa dijangkau oleh cabang, dilakukan oleh Account Officer Mikro (AOM), Unit Head (UH), dan manajer pemasaran mikro. Hasil survei tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk Laporan Kunjungan Nasabah (LKN). Tahap keempat melibatkan analisis permohonan pembiayaan usaha mikro oleh bagian pemasaran dan persiapan dokumen yang diperlukan untuk akad. Setelah itu, dilakukan akad. Tahap kelima adalah pemeriksaan berkas persyaratan pembiayaan dan pengecekan agar dana dapat segera dicairkan.



7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bank Jatim KCP Klampis Surabaya memiliki infrastruktur yang baik dan mudah diakses oleh pelaku usaha mikro. Infrastruktur ini memudahkan pelaku usaha mikro untuk mengakses produk dan pelayanan. Bank Jatim KCP Klampis Surabaya memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya seperti pada fasilitas bank, tersedianya toilet dan mushola bagi nasabah yang membutuhkan. Staff juga menampilkan penampilan yang terbaik dari berpakaian rapi dan sopan.

SIMPULAN

Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah melalui lembaga perbankan, yang ditujukan untuk mendukung UMKM-K serta usaha-usaha yang memiliki kelayakan ekonomi namun belum memenuhi kriteria untuk mendapatkan kredit perbankan konvensional. Pembiayaan Kur Mikro yang disediakan oleh pemerintah melalui Bank Jatim sangat membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha mereka.

KUR Mikro berperan penting dalam meningkatkan pendapatan nasabah UMKM di Kota Surabaya karena dapat memberikan bantuan pembiayaan yang dibutuhkan untuk mengembangkan kegiatan usaha mereka. KUR Mikro yang diberikan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya memberikan dampak yang baik dalam peningkatan kinerja sehingga terjadi peningkatan pendapatan juga pada nasabah UMKM di Surabaya. Dalam sektor perekonomian, program KUR berperan adalah untuk percepatan pengembangan sektor riil dan penguatan UMKM-K, meningkatkan akses pembiayaan dan mengembangkan UMKM-K kepada Lembaga Keuangan, dan upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesempatan kerja.

Sementara strategi pemasaran KUR Mikro yang dilakukan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya dalam meningkatkan pendapatan nasabah UMKM di Kota Surabaya yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran atau yang biasa disebut dengan marketing mix yang meliputi Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Promotion*), Orang (*Place*), (*People*), Promosi Proses (*Process*), dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Konsep bauran pemasaran diaplikasikan pada kegiatan yang dilakukan oleh Bank Jatim KCP Klampis Surabaya seperti melakukan *telle marketing*, *cross selling*, *open booth*, *canvassing*, mengunjungi nasabah, dan membuat program-program yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., & Nasution, S. H. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 105–116.
- Fahira Farhan, F., & Yusri, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mudharobah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat (Vol. 01, Issue 01).
- Jalal, A., & Rokan, M. K. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayon (Vol. 1, Issue 03).
- Lailatul, S., & Rahman, T. (2023). Peranan dan Strategi Pemasaran Kur Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah UMKM pada Bsi Kc Bojonegoro. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Volume 6 Nomor 2, 636–646.
- Nafisah, S., Elvina, A., & Batubara, M. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya.
- Perdana Kurniawan, F. (2018). Analisis Dampak Modal terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Industri Pengolahan (Studi Pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo).
- Permana, R. A., & Yulianti, A. (2022). Analisis Prosedur Pemberian Kredit Usaha Rakyat Bank Jatim Kantor Cabang Pembantu Kota Bangil. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(03), 1032–1046.
- Rifda Naufalin, L. (2020). Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. *Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(1), 95–102.
- Risqiyah, B., Ningsih, N., & Mawaddah, K. (2024). Implementasi Canvassing Dalam Pemasaran Tabungan Britama Payroll Di Bidang Marketing Pada Bri Kantor Cabang Bondowoso. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 36–41.



- Suginam, S., Rahayu, S., & Purba, E. (2021). Efektivitas Penyaluran KUR (Kredit Usaha Rakyat) Untuk Pengembangan UMKM. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(1), 21–28.
- Syafitri, A., & Tambunan, K. (n.d.). Analisis Pembiayaan Kur Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah di BSI KCP Pulo Brayan.
- Syahrir, D. A., & Nasution, H. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank Bri). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 105–116.
- Tahalua, I., & Dakhri, M. (2022). Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makassar di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Research and Development on Public Policy (Jarvic)*, 1(2).
- Zunaidi, A., & Trisnasari, V. (2021). *PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN AMANAH iB DITINJAU DARI MARKETING MIX 4P (Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang)*. 13(2), 23–43.