



RINGKASAN

SISCA ERIKA CAROLINA. Pendirian *Digital Business Unit* (DBU) sebagai Upaya Pemasaran untuk Mencapai Target Penjaminan KUR pada PT Jamkrindo. *Establishment of a Digital Business Unit (DBU) as a Marketing Attempts to Achieve KUR Guarantee Target at PT Jamkrindo*. Dibimbing oleh VERALIANTA BR. SEBAYANG.

PT Jamkrindo berkomitmen untuk menyukseskan program pemerintah yang dirancang untuk melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya melalui penjaminan kredit usaha rakyat. Salah satu dukungan pemerintah yaitu adanya penambahan KUR sebesar Rp 373 triliun serta penyaluran KUR tahun 2022 didominasi oleh BRI sebesar Rp 290 triliun sehingga PT Jamkrindo memiliki target untuk mengejar potensi pasar yang belum terjangkau. PT Jamkrindo memasarkan produk penjaminan KUR melalui Kantor Wilayah, Kantor Cabang dan Kantor Unit Pelayanan. Namun tidak semua Kantor Cabang memiliki Kantor Unit Pelayanan. Berdasarkan potensi dan kendala tersebut, PT Jamkrindo perlu melakukan penetrasi pasar yang agresif berupa pendirian *Digital Business Unit* (DBU) sebagai upaya pemasaran untuk mencapai target penjaminan KUR. Pendirian DBU ini merupakan rencana pengembangan sebagai solusi dari pada melakukan pendirian Kantor Unit Pelayanan yang memerlukan kajian yang mendalam dan anggaran yang besar, sedangkan PT Jamkrindo saat ini memiliki target dalam menjaminkan KUR sebesar 60% dari penyaluran mitra bank. Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal, serta menyusun dan mengkaji rencana pengembangan bisnis dengan menganalisis kelayakan berdasarkan aspek non-finansial dan finansial.

Kajian pengembangan bisnis ini menggunakan analisis SWOT, aspek non finansial dan aspek finansial. Aspek non-finansial meliputi perencanaan *Digital Business Unit* (DBU), perencanaan implementasi *improvement*, perencanaan pasar dan pemasaran, perencanaan organisasi dan manajemen, perencanaan sumber daya manusia dan perencanaan kolaborasi. Sedangkan aspek finansial menggunakan analisis anggaran parsial dan analisa potensi wilayah penyaluran KUR wilayah usulan *Digital Business Unit* (DBU)

Berdasarkan analisis SWOT didapatkan strategi W-O (*Weakness* dan *Opportunity*) yang menghasilkan rumusan ide pengembangan bisnis pendirian *Digital Business Unit* (DBU) sebagai upaya pemasaran untuk mencapai target penjaminan KUR pada PT Jamkrindo. Adanya pendirian *Digital Business Unit* (DBU) membuat perusahaan menghemat biaya sebesar Rp3.747.168.000,00 dan terdapat biaya penambahan sebesar Rp272.416.500,00. Adanya efisiensi biaya yang diperoleh dari biaya dihemat dikurangi biaya ditambahkan sebesar Rp3.474.751.500,00. Selain itu, terdapat kenaikan potensi penyaluran KUR 2022 sebesar Rp34 triliun dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp24 triliun. Hal ini dapat menjadi peluang perusahaan dalam meningkatkan *market share* penjaminan KUR.

Kata kunci: *Digital Business Unit* (DBU), perencanaan bisnis, SWOT, anggaran parsial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.