



Strategi Meningkatkan Pemasaran Produk Perbankan Menggunakan Sistem Kluster Ekosistem

Nabila Putri Azahra*, Raden rudy Adhi Sasongko, M. Furkan, Taslim-Sjah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Kata Kunci

Kata kunci: Ekosistem Kluster, Inklusi Keuangan, Pemasaran Perbankan, UKM, Pertumbuhan Ekonomi Regional

Keywords

Keywords: Ecosystem Cluster, Financial Inclusion, Banking Marketing, SMEs, Regional Economic Growth

Abstrak

Kajian ini menganalisis strategi peningkatan pemasaran produk perbankan, khususnya kredit dan tabungan, melalui sistem kluster ekosistem. Studi kasus Bank BRI Praya menjadi fokus utama, mengungkap penerapan strategi kluster dengan mengelompokkan UKM, lembaga keuangan, dan pelaku bisnis lokal dalam satu ekosistem untuk memperluas akses layanan keuangan, mendorong kemitraan, dan memperkuat aliran modal. Pendekatan ini bertujuan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, meningkatkan inklusi keuangan, dan mendorong inovasi bisnis komunitas. Kajian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam pengelolaan kluster, seperti ketergantungan pada kondisi ekonomi lokal dan kompleksitas koordinasi antar entitas. Hasil penelitian memberikan wawasan strategis mengenai peran penting ekosistem kluster dalam memperkuat pemasaran produk perbankan serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Abstract

This study analyzes strategies to enhance the marketing of banking products, particularly loans and savings, through an ecosystem cluster system. The case study of Bank BRI Praya is the central focus, revealing the implementation of cluster strategies by grouping SMEs, financial institutions, and local businesses into a single ecosystem to expand financial service access, foster partnerships, and strengthen capital flows. This approach aims to optimize local resource utilization, improve financial inclusion, and stimulate community business innovation. The study also identifies challenges in managing clusters, such as dependence on local economic health and the complexity of coordination among entities. The findings provide strategic insights into how ecosystem clusters can serve as effective tools to strengthen banking product marketing and promote sustainable regional economic growth.

*Corresponding Author Nabila Putri Azahra, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia
Email: Nabilaputri.azahra10@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.698>

History Artikel:

Received: 11 Desember 2024 | Accepted: 27 Maret 2025

PENDAHULUAN

Fenomena ekosistem telah menjadi perhatian utama di berbagai disiplin ilmu, khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial. G.B. Kleiner (Kleyner, 2019) menekankan bahwa pemahaman tentang fenomena ini dapat dicapai melalui paradigma sistem yang menyoroti pentingnya analisis sosio-ekonomi sebagai sebuah sistem berkelanjutan. Dalam konteks ini, ekosistem tidak hanya dilihat sebagai kumpulan elemen terpisah, tetapi sebagai jaringan interaksi yang rumit antara berbagai agen sosial, ekonomi, dan institusi.

Definisi ekosistem modern dapat dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, sebagai platform teknologi yang memfasilitasi kolaborasi antara pemasok produk dan jasa. Kedua, sebagai kombinasi produk yang saling melengkapi dari berbagai perusahaan. Ketiga, sebagai asosiasi dari perusahaan-perusahaan yang berbeda (Matkovskaya et al., 2022). Dengan memahami ekosistem dengan cara ini, terdapat peluang untuk memperluas interaksi antara pemilik, pelanggan, dan pemasok, serta menciptakan nilai tambah melalui kolaborasi yang harmonis. Selain itu, pengembangan klaster dalam ekosistem bisnis menunjukkan bahwa kumpulan organisasi, institusi, dan individu dapat berperan sebagai jembatan yang menghubungkan berbagai elemen dalam ekosistem bisnis. Klaster ini menjadi titik awal untuk pengumpulan sumber daya dan modal, yang dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang signifikan berkat kerja sama yang efektif (Kobler et al., 2015). Oleh karena itu, eksplorasi mengenai ekosistem dan klaster bisnis sangat penting untuk memahami dinamika ruang ekonomi yang terus berubah.

Beberapa peneliti juga telah mengeksplorasi fitur dan manfaat ekosistem. Menurut (Thomas & Autio, 2019) ekosistem berkontribusi terhadap skala ekonomi dan dapat menciptakan nilai melalui pertukaran yang kompleks. Mereka berpendapat bahwa ekosistem platform lebih kompleks daripada kelompok produk atau pasar multi-sisi, karena mencakup berbagai

konsep penting, dan bertindak sebagai pusat pertukaran nilai. Keunggulan dari ekosistem platform juga terletak pada hilangnya kontrol terhadap keseluruhan sistem produk, yang memungkinkan integrasi produk pelengkap secara mandiri. Ini kemudian menghasilkan eksternalitas jaringan yang mendatangkan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. (Ivanova, 2023).

Dengan demikian, penting untuk memahami bahwa pengukuran efektivitas ekosistem masih menjadi tantangan, seperti yang diungkapkan oleh J. Dul (2019), yang menekankan perlunya mengidentifikasi kebutuhan dari setiap elemen untuk mencapai hasil yang diinginkan (Dul & Neumann, 2009). Secara keseluruhan, ekosistem dan klaster bisnis tidak hanya menghimpun berbagai entitas yang saling terkait, tetapi juga menciptakan interaksi yang dapat memperkuat ekonomi lokal melalui pengelolaan sumber daya yang lebih baik dan inovasi kolaboratif (Masyuk et al., 2019). Contohnya, ekosistem klaster bank di BRI Praya yang dirancang untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui integrasi layanan keuangan dan kegiatan ekonomi, menunjukkan cara model ini dapat memberikan manfaat signifikan bagi usaha kecil dan menengah serta mendorong kolaborasi di antara pelaku bisnis lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana ekosistem klaster bank di BRI Praya dapat mengintegrasikan berbagai produk dan perusahaan guna menciptakan kolaborasi dan nilai tambah di bidang ekonomi dan sosial, dengan fokus utama pada peran ekosistem platform dalam membangun strategi yang memfasilitasi pertukaran nilai melalui integrasi produk pelengkap. Selain itu, penelitian ini mengevaluasi tantangan dalam mengukur efektivitas ekosistem, seperti memastikan keterpaduan elemen, mengelola koordinasi antarpihak, serta menilai kontribusi setiap elemen, di mana pemenuhan kebutuhan seluruh elemen ekosistem menjadi perhatian utama untuk mencapai hasil yang optimal. Melalui pendekatan ini, diharapkan pertumbuhan ekonomi lokal dapat didorong melalui pemanfaatan sumber daya secara

efektif, sehingga menciptakan dampak ekonomi dan sosial yang signifikan di lingkungan sekitar.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana bank BRI Praya menerapkan strategi pemasaran meningkatkan produktivitas dan mendorong inovasi. Dengan dukungan yang tepat, khususnya dalam digitalisasi dan koordinasi, kluster dapat bertindak sebagai alat yang ampuh untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di sektor-sektor seperti agroindustri.

Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami strategi meningkatkan pemasaran produk perbankan (kredit dan simpanan) menggunakan sistem kluster ekosistem oleh Bank BRI di Praya. Metode ini dipilih karena mampu menggali fenomena sosial secara holistik dan mendalam (Moleong, 2004). Data dikumpulkan melalui dua sumber utama, yaitu data primer yang berasal dari observasi partisipatif dan wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan yang terlibat dalam proyek, serta data sekunder yang diperoleh dari studi literatur dan dokumentasi terkait.

Gambar 1. Wawancara Manager BRI Praya dengan distributor pupuk



Proses analisis data dilakukan dalam beberapa tahapan, termasuk reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, untuk memastikan hasil yang relevan dan

akurat. Validitas data dijaga melalui triangulasi, membandingkan hasil dari berbagai sumber untuk meningkatkan keandalan dan mengurangi bias. Penelitian ini juga menggunakan analisis korelasional untuk mengkaji hubungan antara peran Bank BRI Praya sebagai variabel independen dan strategi meningkatkan pemasaran produk perbankan (kredit dan simpanan) sebagai variabel dependen dalam menggunakan sistem kluster ekosistem di wilayah tersebut.

Metode Analisis

Metode analisis (*content analysis*) adalah pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami konten teks atau data kualitatif lainnya. Dalam konteks penelitian kualitatif, seperti analisis SWOT strategi pemasaran BRI Praya, metode analisis isi digunakan untuk menguraikan, memahami, dan mengambil kesimpulan dari data kualitatif.

Proses Analisis

Penelitian ini akan menggunakan metode umum dalam deskriptif kualitatif yaitu sebagai berikut:

1. Pengidentifikasi Segmenting:
2. Demografis: bank BRI Praya mengambil sampel pada UD. Pupuk yang ada di Lombok Tengah yang mengajukan kerjasama dengan Bank BRI Praya.
3. Psikografis Wirausahawan dan pelaku UMKM: Menawarkan produk kredit modal kerja dengan bunga rendah.
4. Geografis: Menyediakan kredit usaha tani, produk simpanan mikro, dan layanan berbasis komunitas.
5. Perilaku: adanya pemberian program insentif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekosistem Kluster

Konsep kluster telah berevolusi dari ekonomi spasial, yang mempelajari dampak kedekatan geografis terhadap kegiatan ekonomi. Salah satu fitur penting dari kluster yang sukses adalah adanya hubungan fungsional antara para peserta (Ivanova, 2023). Hubungan ini meliputi pemasok, produsen, penyedia layanan, dan lembaga

penelitian, yang semuanya bekerja sama menuju tujuan ekonomi bersama. Keterkaitan entitas ini memungkinkan koordinasi yang lebih baik, sumber daya bersama, dan transfer pengetahuan, yang mengarah pada peningkatan efisiensi dan hasil yang inovatif.

Definisi modern tentang ekosistem bisa dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, ekosistem sebagai platform teknologi yang memungkinkan kolaborasi antara pemasok produk dan jasa. Kedua, ekosistem yang terdiri dari kombinasi produk yang saling melengkapi antar perusahaan. Ketiga, ekosistem yang terbentuk melalui asosiasi berbagai perusahaan yang berbeda (Matkovskaya et al., 2022). Memahami ekosistem dalam konteks ini memberikan peluang untuk interaksi yang lebih luas antara pemilik, pelanggan, dan pemasok, serta menciptakan nilai tambah melalui kolaborasi yang harmonis. Selain itu, pengembangan klaster dalam ekosistem bisnis menunjukkan bahwa kumpulan organisasi, institusi, dan individu dapat berfungsi sebagai jembatan menuju ekosistem bisnis yang lebih lengkap. Klaster ini menjadi titik awal untuk mengumpulkan sumber daya dan modal, yang pada gilirannya dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang signifikan melalui kerja sama yang efektif. Dengan demikian, eksplorasi tentang ekosistem dan klaster bisnis sangat relevan untuk memahami dinamika ruang ekonomi yang terus berubah.

Beberapa penulis juga menganalisis fitur dan manfaat ekosistem. Sebagai contoh, L. Thomas et al. (2019) berpendapat bahwa ekosistem berkontribusi terhadap skala ekonomi dan ekonomi substitusi. Mereka mencatat bahwa "ekosistem platform biasanya lebih kompleks daripada kelompok produk atau pasar multi-sisi, karena mencakup konsep dari keluarga produk dan aliran pasar multi-sisi seperti modularitas dan penyederhanaan pasar" serta "berfungsi sebagai pusat pertukaran nilai" (McKinsey & Company, 2019). Keunggulan ekosistem platform, menurut muncul dari hilangnya kendali atas keseluruhan sistem produk, yang memudahkan integrasi produk pelengkap yang independen. Hal ini

menghasilkan eksternalitas jaringan yang langsung dan tidak langsung, serta memungkinkan kekuatan pasar melalui koordinasi antara pembeli dan penjual. Dengan demikian, platform ini memberikan keuntungan transaksional yang meningkat lewat arsitektur yang terbuka.

Dalam hal efektivitas ekosistem, J. Dul (Dul & Neumann, 2009) menunjukkan bahwa literatur belum mencapai konsensus mengenai cara mengukur kinerja ekosistem kewirausahaan. Ia menggarisbawahi pentingnya memahami kebutuhan setiap elemen dari perspektif kebijakan, karena kondisi yang diperlukan tidak bisa diabaikan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sesuai dengan pandangan G.B. Kleiner (2019), penyebaran luas fenomena ekosistem ditemukan berada dalam kerangka paradigma sistem yang menganggap unit dasar analisis sosio-ekonomi sebagai suatu kesatuan yang berkelanjutan dalam ruang dan waktu dari agen sosial dan ekonominya, yang meliputi berbagai manfaat dan institusi terkait.

Strategi pemasaran Bank BRI Praya

Ekosistem bisnis dapat dipahami sebagai kombinasi layanan dan produk dari berbagai perusahaan yang saling melengkapi (Nursansiwati et al., 2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem kluster ekonomi yang diterapkan oleh Bank BRI Praya, sektor pertanian, khususnya untuk produk pupuk, menjadi salah satu fokus utama dalam integrasi dan kolaborasi. Kolaborasi ini melibatkan petani, kelompok tani, distributor pupuk, dan pemerintah daerah untuk menciptakan sinergi dalam mendukung keberlanjutan sektor pertanian di wilayah tersebut. Petani dan kelompok tani menjadi pelaku utama yang terintegrasi dalam ekosistem ini. Mereka bekerja sama dengan Bank BRI untuk mendapatkan akses pembiayaan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) khusus pertanian, yang digunakan untuk membeli pupuk dan sarana produksi lainnya.

Gambar 1. Gudang distributor pupuk
Subsidi



Bank BRI juga bekerja sama dengan distributor pupuk lokal untuk memastikan ketersediaan produk pupuk yang sesuai dengan kebutuhan petani di wilayah Praya. Selain itu, pemerintah daerah mendukung melalui program subsidi pupuk dan kebijakan yang mendorong penggunaan pupuk berkualitas untuk meningkatkan hasil pertanian. Kolaborasi ini mencakup pemberian pelatihan kepada petani mengenai penggunaan pupuk yang tepat guna, manajemen keuangan, dan cara mengoptimalkan hasil pertanian. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas petani sekaligus memastikan keberlanjutan penggunaan pupuk di masa depan.

Pada sistem ini, bank dapat memberikan solusi terintegrasi yang mencakup berbagai produk perbankan, seperti kredit dan simpanan, dalam satu ekosistem yang saling terkait (Luthfiatussa et al., 2023). Melalui digitalisasi dan kolaborasi antarpelaku usaha dalam kluster, perbankan dapat meningkatkan akses nasabah terhadap produk keuangan, mempercepat proses penyaluran kredit, dan meningkatkan inklusi keuangan (Broby, 2021). Sistem kluster juga membantu bank merancang produk yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan spesifik segmen pasar di wilayah tertentu, baik itu untuk usaha kecil menengah (UKM) atau masyarakat umum. Selain itu, dengan menggunakan kluster ekosistem, bank dapat memfasilitasi kemitraan antara lembaga keuangan dengan perusahaan lokal, menciptakan sinergi yang meningkatkan daya saing, dan pada akhirnya, memperbesar pangsa pasar kredit dan simpanan. Sistem ini

juga memungkinkan bank untuk lebih efisien dalam pengelolaan sumber daya dan pemasaran, sehingga meningkatkan kinerja keseluruhan sektor perbankan.

Dalam ekosistem ini, teknologi juga dimanfaatkan untuk mendukung efisiensi distribusi dan transaksi. Petani dapat menggunakan aplikasi perbankan digital seperti BRImo untuk melakukan pembayaran pupuk secara non-tunai, yang mempercepat proses transaksi dan mengurangi risiko keterlambatan. Bank BRI juga menyediakan layanan konsultasi keuangan untuk membantu petani mengelola dana hasil panen sehingga dapat digunakan secara optimal, termasuk untuk pembelian pupuk di musim tanam berikutnya.

Hasil dari kolaborasi ini memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi petani, termasuk peningkatan akses terhadap pupuk berkualitas, pengurangan biaya transaksi, dan peningkatan hasil panen. Secara sosial, kolaborasi ini memperkuat solidaritas antar petani melalui kelompok tani yang lebih terorganisasi dan edukasi bersama. Dari sisi teknologi, penggunaan sistem pembayaran digital dan integrasi rantai pasok pupuk membantu menciptakan efisiensi dalam ekosistem pertanian. Dengan fokus pada sektor pertanian khusus untuk produk pupuk, Bank BRI Praya mampu mendukung keberlanjutan sektor ini sekaligus menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan di wilayah tersebut.

Di Bank BRI Praya, pengembangan ekosistem kluster dirancang sebagai strategi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti UKM, lembaga keuangan, dan pelaku bisnis lokal yang saling terhubung secara geografis maupun industri. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang berkelanjutan, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing UKM, khususnya di sektor pertanian. Tabel 1 menggambarkan karakteristik kluster Bank BRI Praya, yang memperjelas bagaimana pendekatan tersegmentasi dan berfokus dapat diterapkan untuk mengoptimalkan manfaat kluster ini.

Tabel 1. Karakteristik Cluster Bank BRI Praya

Kriteria	Jenis kluster	Karakteristik jenis cluster
1. Hasil Akhir Kegiatan Ekonomi	1.1 Pertanian	penggunaan kluster ekosistem dalam strategi pemasaran bank dalam ha ini BRI BO Praya memberikar kontribusi positif dimana pemasarar dilakukan secara teesegmentasi yaitu dari beberapa indikato pertumbuhan
2. Tahapan Pengembangan Cluster	2.1 Transformasi	- Melakukan pengembangan produi sesuai kebutuhan nasabah - Melaksanakan kegiatan pemasaran identifikasi, <i>advisory</i> , pemberiar rekomendasi produk - Secara berkala berkoordinas dengan divisi <i>Business Owner</i> untuk membahas kondisi ekosistem bisnis
3. Skala kegiatan	3.1 Cluster kecil	Skala Kegiatan bersifat Lokal dar dilaksanakan Di BO Praya (<i>Branch Office Praya</i>) Dengan melihat potens bisnis masing2 Wilayah binaar <i>Branch Office</i>
4. Cara membentuk	4.1 Klaster kegiatan ekonomi daerah	memanfaatkan pemasaran secara tersegmentasi yaitu kepada distributor Pupuk memanfaatkan pengecer dibawah wilayah binaan-nya.
5. Tujuan dibentuknya cluster	5.1 Memaksimalkan pemasaran	Memaksimalkan pemasaran dengan memanfaatkan pemasaran tersegmentasi atau Fokus. Dimana adanya tingkat ketergantungan yg mengikat untuk pengecer dibawahnya terkait pupuk bersubsidi
6. hubungan perusahaan dalam kluster	6.1 Pengembangan dan pemeliharaan pelanggan	- Melakukan kegiatan pembinaan dan aistensi pemasaran produk <i>transaction banking</i> kepada unit kerje - Melakukan pendampingan teknis dan konsultasi nasabah Bersama RM pengelola nasabah - Identifikasi potensi ekosistem bisnis produk <i>transaction banking (Trade Finance, Qlola, BRIStore, dan produk atau Fasilitas lainnya).</i>
9. Wilayah binaan cluster	1. Pujut 2. Praya Timur 3. Kopang 4. Praya 5. Jonggat 6. Batukliang Utara	

Analisis SWOT Produk Indomie Di Kota Mataram

Strategi klaster ekosistem Bank BRI Praya menjadi landasan yang kuat dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dan memfasilitasi pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM). Kekuatan utama dari pendekatan ini terletak pada jaringan lokal BRI yang mapan, yang mengintegrasikan UKM, lembaga keuangan lokal, dan pelaku bisnis dalam wilayah geografis tertentu. Model ekosistem ini memperkuat hubungan antar komunitas dan membangun kepercayaan yang tinggi di antara nasabah. Dengan memahami pasar lokal secara mendalam, BRI mampu menawarkan produk keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik bisnis di daerah tersebut, seperti opsi pinjaman dan tabungan yang mengatasi tantangan UKM lokal. Pendekatan ini membantu mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah binaan. Dukungan BRI terhadap UKM sebagai pilar penting ekonomi lokal juga terlihat dari kemudahan akses pembiayaan yang

ditawarkan, serta penggunaan perangkat digital yang meningkatkan efisiensi layanan, mempercepat proses kredit, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Namun, pendekatan ini memiliki beberapa kelemahan. Ketergantungan yang tinggi pada ekonomi lokal membuat keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada kesehatan ekonomi wilayah tersebut. Jika sektor seperti pertanian atau industri kecil mengalami kemerosotan, kemampuan BRI untuk memberikan layanannya dapat terpengaruh. Selain itu, pendekatan klaster memerlukan penyesuaian yang signifikan jika diterapkan ke wilayah lain karena sifatnya yang terspesialisasi. Kompleksitas dalam pengelolaan ekosistem juga menjadi tantangan besar, terutama dalam mengoordinasikan berbagai pemangku kepentingan, seperti bisnis lokal, lembaga keuangan, dan badan regulasi. Hal ini membutuhkan upaya dan sumber daya yang signifikan untuk memastikan kolaborasi yang efektif di seluruh ekosistem.

Di sisi lain, klaster ekosistem ini menghadirkan banyak peluang untuk pertumbuhan. Salah satu peluang terbesar adalah perluasan inklusi keuangan, khususnya bagi populasi yang kurang terlayani. Dengan menawarkan produk keuangan yang mudah diakses dan memanfaatkan layanan digital, BRI dapat menjangkau nasabah baru yang sebelumnya sulit mengakses perbankan formal. Selain itu, dengan terus menawarkan solusi keuangan yang disesuaikan, BRI dapat mendorong pertumbuhan UKM dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi regional dalam jangka panjang. Peluang lain terletak pada penguatan kemitraan dengan lembaga pemerintah daerah dan institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi keuangan, kewirausahaan, dan inisiatif pembangunan lainnya.

Namun, ancaman eksternal juga dapat memengaruhi keberhasilan strategi ini. Persaingan di pasar semakin meningkat seiring dengan semakin banyaknya bank dan lembaga keuangan lain yang mengadopsi model berbasis ekosistem. Hal ini menciptakan lebih banyak pilihan bagi bisnis lokal, yang dapat mengurangi

keunggulan kompetitif BRI. Selain itu, perubahan regulasi keuangan menimbulkan risiko potensial. BRI harus tetap tangkas dalam menyesuaikan diri dengan regulasi baru, terutama yang memengaruhi pembiayaan UKM dan layanan perbankan digital, untuk menghindari gangguan operasional. Volatilitas ekonomi, seperti fluktuasi harga atau guncangan ekonomi eksternal, juga dapat berdampak negatif pada bisnis dalam ekosistem, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja bank secara keseluruhan.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan dan ancaman, strategi klaster ekosistem Bank BRI Praya memberikan fondasi yang kuat untuk mendukung UKM dan memperkuat pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan terus berfokus pada solusi keuangan yang disesuaikan dan memanfaatkan perangkat digital untuk meningkatkan efisiensi layanan, BRI memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya di pasar. Namun, fleksibilitas dan adaptabilitas tetap menjadi kunci untuk memanfaatkan peluang sekaligus meminimalkan risiko dari perubahan lingkungan ekonomi dan regulasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan ini menegaskan bahwa pengembangan ekosistem klaster, seperti yang diterapkan oleh Bank BRI Praya, merupakan strategi kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan efisiensi pemasaran produk perbankan. Dengan pendekatan klaster, BRI mampu mengoptimalkan sumber daya lokal, memperluas akses ke layanan keuangan bagi UKM, dan menyediakan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik wilayah. Strategi ini tidak hanya mendorong pertumbuhan UKM, tetapi juga memperkuat daya saing lokal dan inovasi ekonomi. Tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis peran ekosistem klaster dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, terjawab melalui temuan bahwa kolaborasi yang efektif dan adaptasi terhadap tantangan lokal menjadi elemen penting. Dengan pengelolaan yang baik, strategi ini menghadirkan manfaat

ekonomi signifikan bagi masyarakat dan menjadi model inklusi keuangan yang relevan di tengah dinamika ekonomi global.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih khusus kepada para pemangku kepentingan dan pakar yang wawasannya tentang interaksi antara agen sosial, ekonomi, dan kelembagaan sangat berharga. Saya menghargai penekanan pada integrasi teknologi dan peran klaster, khususnya dalam ekosistem perbankan di BRI Praya, dalam memaksimalkan sumber daya lokal dan meningkatkan akses ke layanan keuangan bagi UKM. Dukungan Anda telah memajukan pemahaman kami tentang konsep-konsep penting ini secara signifikan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penting ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Winanda, T. Y., Yetti, D., Rahmayani, M., & Yelmi, H. (2020). Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Yourdayflower Dalam Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode SWOT. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 3(1), 41–49.
- Broby, D. (2021). Financial technology and the future of banking. *Financial Innovation*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00264-y>
- Damayanti, I., Ayudia, R., Sutandar, E., D3, P., Niaga, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Swadharma, I., & Perbankan, K. (2021). STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BRITAMA PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG BINTARO. *REMITTANCE Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 93–99.
- Dul, J., & Neumann, W. P. (2009). Ergonomics contributions to company strategies. *Applied Ergonomics*, 40(4), 745–752. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2008.07.001>
- Hastari, Syarief, R., & Irvandi, G. (2023). The Effect of Implementing the Financial Ecosystem Business Solution Strategy for Institutional Segment Customers on Business Income (Case Study PT Bank Negara Indonesia). *Manajemen IKM*, 18(1), 38–50. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnal>

- mpi/
Ivanova, E. (2023). Clusters as ecosystems: Current trends and challenges, areas for prospective development of clusters in the agro-industrial complex. *E3S Web of Conferences*, 371. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337101068>
- Kleyner, G. B. (2019). *Ekonomika ekosistem: shag v budushchee [Ecosystem Economy: Step to the Future]*. *Ekonomicheskoe Vozrozhdenie Rossii [Economic Restoration of Russia]*, 59(1), 40–45.
- Kobler, D., Grampp, M., Hauber, F., Witt, J., Brandes, D., Schlotmann, J., & Fischer, N. (2015). Growth in Banking – unlocking the full potential Profitable growth as the basis for long-term competitive success.
- Luthfiatussa, D., Mulyadi Kosim, A., & Ibn Khaldun Bogor, U. (2023). Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia. 4, 783.
- Masyuk, N., Bushueva, M., & Bragina, Z. (2019). Innovative Business Model of the Cluster as an Ecosystem. *SHS Web of Conferences*, 61, 01015. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196101015>
- Matkovskaya, Y. S., Vechkinzova, E., & Biryukov, V. (2022a). Banking Ecosystems: Identification Latent Innovation Opportunities Increasing Their Long-Term Competitiveness Based on a Model the Technological Increment. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030143>
- Matkovskaya, Y. S., Vechkinzova, E., & Biryukov, V. (2022b). Banking Ecosystems: Identification Latent Innovation Opportunities Increasing Their Long-Term Competitiveness Based on a Model the Technological Increment. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030143>
- McKinsey & Company. (2019). *Global Banking Practice Beyond banking: How banks can use ecosystems to win in the SME market*.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nursansiwati, D. A., Wardah, S., & Armiani, A. (2023). Urgensi Legalitas Usaha, Literasi Keuangan dan Fintech dalam Memulai Bisnis pada Masa New Normal. *Dst*, 3(1), 94–103. <https://doi.org/10.47709/dst.v3i1.2689>
- Tang, X., & Zhu, Y. (2024). Enhancing bank marketing strategies with ensemble learning: Empirical analysis. *PLoS ONE*, 19(1 January). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294759>
- Thomas, L., & Autio, E. (2019). Innovation Ecosystems. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3476925>
- Sulastris, A. (2022). ANALISIS SEGMENTASI PASAR DALAM PRODUK INDOMIE DI KECAMATAN CIBINONG KABUPATEN BOGOR JAWA BARAT.
- Jamira, A., & Razi, F. (2024). Analisis Studi Kasus Produk Indomie di Nigeria: Positioning, Promotion, dan Channel Management . *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Kolanus, J., Lapijan, S., & Poluan, J. (2024). EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK SULAWESI UTARA TERHADAP PRODUK UNGGULAN PERUSAHAAN (INDOMIE) MENGGUNAKAN METODE SWOT. *Jurnal EMBA*, 860-867.
- Mardatillah, S., Heriyanto, Y., & Firmansyah, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Internasional Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk . *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 781-791.
- Sulaeman, K., Sahrir, A., Hasvian, M., Hatta, F., & Suharti S. (2022). ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA PENINGKATAN PENJUALAN PADA PT. INDOFOOD . *Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship*, 1-7.