

## **Abstract**

The study examines rural banks, namely PT. BPR Berlian Bumi Arta in Indonesia. Rural banks, or Bank Perekonomian Rakyat (BPR), help small businesses and individuals in rural regions with financial services. The establishment and mission of PT. BPR Berlian Bumi Arta are outlined, emphasizing its commitment to supporting the growth of small and medium-sized enterprises and contributing to the local economy. The report also predicts business growth due to regulatory improvements that broaden rural banks' activities.

The study examines how PT. BPR Berlian Bumi Arta used social media marketing to boost brand satisfaction, trust, and loyalty. This endeavour is strategic due to changing banking industry opportunities, especially after the Indonesian Financial Services Authority's new laws.

The paper chronicles the author's internship from mission assignment to company challenge investigation. The author provides practical advice for implementing a social media marketing strategy after the bank's July office move.

This research is useful for persons interested in rural banks in Indonesia and marketing professionals seeking financial sector social media strategy insights.

## **Abstrak**

Studi ini meneliti Bank Perkreditan Rakyat. Bank Perekonomian Rakyat (BPR) membantu usaha kecil dan individu di daerah pedesaan dengan layanan keuangan. Pendirian dan misi dari PT. BPR Berlian Bumi Arta menekankan komitmennya untuk mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah dan berkontribusi pada ekonomi lokal. Laporan ini juga memprediksi pertumbuhan bisnis karena adanya perbaikan peraturan yang memperluas kegiatan bank perkreditan rakyat.

Studi ini meneliti bagaimana PT. BPR Berlian Bumi Arta menggunakan pemasaran media sosial untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas terhadap merek. Upaya ini sangat strategis karena adanya perubahan peluang industri perbankan, terutama setelah adanya peraturan baru dari Otoritas Jasa Keuangan.

Makalah ini berisi pengalaman magang penulis mulai dari penugasan misi hingga investigasi tantangan perusahaan. Penulis memberikan saran praktis untuk mengimplementasikan strategi pemasaran media sosial setelah perpindahan kantor bank di bulan Juli.

Penelitian ini bermanfaat bagi mereka yang tertarik dengan Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia dan para profesional pemasaran yang mencari wawasan tentang strategi media sosial di sektor keuangan.