

LAPORAN KERJA MAGANG
PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MARKETING
PROGRAM PADA PT. KB BUKOPIN



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Henny Novianty
NIM : 00000028855
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2022

**LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG
PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MARKETING
PROGRAM PADA PT. KB BUKOPIN**

Oleh :

Nama : Henny Novianty

Nim : 00000028855

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Tangerang, 27 Juni 2022

Menyetujui,

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

(0323047801)

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

(0312087404)

ii

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MARKETING
PROGRAM PADA PT. KB BUKOPIN**

Oleh :

Nama : Henny Novianty

Nim : 00000028855

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Tangerang, 08 Juli 2022

Pembimbing

Penguji



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

(0323047801)



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

(0320089001)

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

(0312087404)

iii

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini Saya :

Nama : Henny Novianty

NIM : 00000028855

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Saya telah melakukan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT. KB Bukopin

Departemen : *Marketing Communication*

Alamat : Jl. M.T. Haryono Kav. 50-51. Jakarta Timur,
DKI Jakarta, Indonesia, 12770.

Periode Magang : 20 Desember 2021 – 20 Maret 2022

Pembimbing Lapangan : Roby Dharmawan

Laporan praktik kerja magang ini adalah hasil kerja Saya sendiri dan dalam pembuatan laporan magang ini saya tidak melakukan plagiat dalam bentuk apapun. Semua kutipan karya ilmiah baik orang atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan pada sumber kutipan dan dicantumkan dalam halaman Daftar Pustaka. Jika dikemudian hari ditemukan kecurangan atau penyimpangan dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi yang diberikan yaitu tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah Saya tempuh.

Tangerang, 11 Maret 2022



Henny Novianty

N U S A N T A R A
iv

Penerapan Strategi Promosi Melalui Marketing Program Pada PT. KB Bukopin,
Henny Novianty, Laporan Magang, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada Penulis sehingga Penulis dapat melaksanakan kegiatan kerja magang di PT. KB Bukopin dan juga menyelesaikan laporan ini dengan lancar dengan judul **Penerapan Strategi Promosi Melalui Marketing Program Pada PT. KB Bukopin.**

Laporan praktik kerja magang ini digunakan sebagai syarat kelulusan dalam mata kuliah magang EM-206 dan memperoleh gelar strata 1 Manajemen Fakultas Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis melakukan praktik kerja magang di PT. KB Bukopin pada tanggal 20 Desember 2021 – 20 Maret 2022. Dalam praktik kerja magang ini Penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang pemasaran di PT. KB Bukopin.

Laporan praktik kerja magang ini dapat disusun dengan baik berkat bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan sebagai bahan masukan untuk Penulis. Untuk itu pada kesempatan ini Penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan Penulis untuk melakukan praktik kerja magang.
2. Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M. M. CSCP selaku Kepala Program Studi Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk melakukan praktik kerja magang.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O selaku dosen pembimbing magang yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan laporan praktik kerja magang.

4. Bapak Indra Adestira selaku Ketua Divisi Komunikasi Pemasaran PT. KB Bukopin yang telah mengizinkan Penulis dalam melakukan praktik kerja magang.
5. Bapak Roby Dharmawan selaku *Marketing Communication Manager* PT. KB Bukopin divisi Komunikasi Pemasaran yang telah mengizinkan Penulis dalam melakukan praktik kerja magang.
6. Bapak Denny Bayu Oktariza Sibuea selaku *Marketing Program Manager* PT. KB Bukopin divisi Komunikasi Pemasaran yang telah mengizinkan Penulis dalam melakukan praktik kerja magang.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan motivasi agar laporan praktik kerja magang ini dapat sepenuhnya selesai.
8. Alfaro Rizki Putra, Aurellia Salsabila Putri, Irena Renaldi, dan Steven Riyadi yang telah membantu Penulis dalam mencari, merekomendasi tempat magang, dan mendukung Penulis hingga laporan praktik kerja magang ini sampai selesai dibuat.
9. Semua Pihak yang turut membantu Penulis secara langsung maupun tidak langsung hingga laporan praktik kerja magang ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
10. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan laporan ini. Untuk itu Penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Penulis ucapkan terima kasih atas segala dukungan dan bantuann sehingga laporan praktik kerja magang ini dapat tersusun dengan baik.

Tangerang, 27 Juni 2022

Penulis,



Henny Novianty

ABSTRAK

Penulis melakukan kegiatan praktik kerja magang di Bank PT. KB Bukopin, Jakarta Selatan. Penulis ditempatkan pada Divisi Komunikasi Pemasaran (DKOP). Bank Bukopin merupakan bank swasta kelas menengah di Indonesia yang berfokus pada 4 sektor perekonomian, diantaranya: UKM, Mikro, Konsumer, dan Komersial.

Tujuan dari pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh Penulis adalah sebagai salah satu persyaratan wajib untuk kelulusan pada mata kuliah magang (*Internship*) di Universitas Multimedia Nusantara (UMN), mengetahui pekerjaan dibidang pemasaran antar perusahaan, mengetahui sistem kerja sebagai pemasaran antar perusahaan, serta mempraktikkan teori yang telah dipelajari di kampus dan mengimplementasikan praktiknya pada perusahaan secara langsung.

Laporan magang ini menjelaskan kegiatan penulis sebagai Komunikasi Pemasaran yang diberikan tanggung jawab untuk menjalankan tugas yang telah diberikan, mulai dari pembuatan ide promosi program tabungan di PT. KB Bukopin dengan melakukan perhitungan biaya untuk program dengan sebutan *Cost of Fund* (COF), merekap data permohonan nasabah baru, *benchmarking* konten *feeds* Instagram, merekap data komentar pada *Official Account* Instagram PT. KB Bukopin per minggu, dan membuat *mini survey* untuk pihak *Internal* PT. KB Bukopin terkait program yang dijalankan. Proses tersebut dijelaskan dengan menjelaskan hasil serta kendala yang ditemukan dengan saran dan masukan kepada Bank PT. KB Bukopin Jakarta Selatan atas kegiatan praktik kerja magang.

Kata Kunci : Pemasaran Konten, Komunikasi Pemasaran, dan Bank

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ABSTRACT

The author conducts internship activities at Bank PT. KB Bukopin, South Jakarta. The author is placed in the Marketing Communications Division (DKOP). Bank Bukopin is a middle-class private bank in Indonesia that focuses on 4 economic sectors, including: SME, Micro, Consumer, and Commercial.

The purpose of implementing the internship practice carried out by the author is as one of the mandatory requirements for graduation in the internship course at Multimedia Nusantara University (UMN), knowing work in the field of intercompany marketing, knowing the work system as intercompany marketing, and practicing theory that has been studied on campus and implements the practice in the company directly.

This internship report explains the author's activities as Marketing Communications who are given the responsibility to carry out the tasks that have been given, starting from making the idea of promoting a savings program at PT. KB Bukopin by calculating costs for the program called the Cost of Fund (COF), recapitulating new customer application data, benchmarking Instagram feeds content, recapitulating comment data on the Official Account Instagram PT. KB Bukopin every week, and make a mini survey for the internal party of PT. KB Bukopin related to the program being run. The process is explained by explaining the results and constraints found with suggestions and input to Bank PT. KB Bukopin South Jakarta for the internship practice.

Keywords : Content Marketing, Marketing Communication, and Bank

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	xv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan Kerja Magang.....	9
1.3. Proses Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
1.4. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	12
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	12
2.1.1. Sejarah Singkat PT. KB Bukopin.....	12
2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	17
2.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	17
2.3. Tinjauan Pustaka.....	21
2.3.1. Bank.....	21
2.3.2. Komunikasi Pemasaran.....	22

2.3.3.	Strategi Pemasaran	23
2.3.4.	Promosi	23
2.3.5.	Content Marketing	24
2.3.6.	Service Marketing	25
BAB III	26
3.1.	Kedudukan dan Koordinasi	26
3.1.1.	Kedudukan	26
3.1.2.	Koordinasi	27
3.2.	Tugas yang Dilakukan	28
3.3.	Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	30
3.3.1.	<i>Policy Division Knowledge</i> PT. KB Bukopin	31
3.3.2.	<i>Content Knowledge Quiz dan Challenge</i> dari Instagram Bank Lainnya 32	
3.3.3.	<i>Benchmark Feeds Instagram Quiz Activation</i>	40
3.3.4.	<i>Benchmark Feeds Instagram Education & Informative</i>	44
3.3.5.	Merekap Data Komentar Di <i>Social Media</i> Instagram PT. KB Bukopin 49	
3.3.6.	Membuat Program Promosi Tabungan Siaga PT. KB Bukopin	51
3.3.7.	Merekap Permohonan Data Nasabah Baru	53
3.3.8.	Membuat <i>Mini Survey</i> Untuk <i>Internal</i> PT. KB Bukopin	55
3.4.	Kendala yang Ditemukan	58
3.4.1.	Membuat Program Promosi Tabungan Siaga PT. KB Bukopin	58
3.4.2.	Membuat <i>Mini Survey</i> untuk <i>Internal</i> PT. KB Bukopin	59
3.5.	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	59
3.5.1.	Membuat Program Promosi Tabungan Siaga PT. KB Bukopin	60

3.5.2. Membuat <i>Mini Survey</i> untuk <i>Internal</i> PT. KB Bukopin	60
BAB IV	61
4.1. Kesimpulan	61
4.2. Saran	62
LAMPIRAN	63
Form KM-01 (Surat Pengajuan Kerja Magang)	63
Form KM-02 (Surat Pengantar Kerja Magang)	64
Form KM-03 (Kartu Kerja Magang)	65
Form KM-04 (Kehadiran Kerja Magang)	66
Form KM-05 (Laporan Realisasi Kerja Magang)	71
Form KM-06 (Penilaian Kerja Magang)	73
Form KM-07 (Lembar Verifikasi Laporan Magang)	74
Formulir Konsultasi Kerja Magang	75
Surat Keterangan Penerimaan Magang	77
Dokumentasi Gedung PT. KB Bukopin	79
Dokumentasi Penulis di PT. KB Bukopin	81
Curriculum Vitae	84
Hasil Pengecekan Turnitin	85
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).....	2
Gambar 1. 2 : Informasi yang diincar oleh peretas	4
Gambar 1. 3 : Girlband AESPA dengan AI	6
Gambar 1. 4 : Girlband AESPA x KB Bukopin.....	6
Gambar 1. 5 : Boyband BTS x KB Kookmin	8
Gambar 2. 1 : Gambar Logo PT. KB Bukopin	12
Gambar 2. 2 : Chang So Choi, Direktur Utama KB Bukopin.....	14
Gambar 2. 3 : Woo Yeul Lee, Direktur Utama KB Bukopin (2022).....	15
Gambar 2. 4 : Gambar Logo Produk PT. KB Bukopin.....	16
Gambar 2. 5 : Bagan Struktur Organisasi di PT. KB Bukopin	18
Gambar 2. 6 : Bagan Struktur Organisasi DKOP pada Retail Business Group di PT. KB Bukopin	20
Gambar 2. 7 : Bagan Struktur Organisasi DKOP PT. KB Bukopin beserta nama koordinasi.....	21
Gambar 3. 1 : Bagan Koordinasi Penulis di PT. KB Bukopin.....	27
Gambar 3. 2 : Memorandum Kebijakan Komunikasi Dan Aktivitas Pemasaran Tahun 2021	31
Gambar 3. 3 : Konten Knowledge Quiz dan Challenge di Social Media Instagram Bank Lainnya	39
Gambar 3. 4 : Benchmark Konten Quiz Activation di Social Media Instagram Bank Lainnya.....	44
Gambar 3. 5 : Benchmark Konten Education dan Informative di Social Media Instagram Bank Lainnya	49
Gambar 3. 6 : Merekap data komentar di Social Media Instagram Bank KB Bukopin	50
Gambar 3. 7 : Proses Pembuatan Program Tabungan Siaga PT. KB Bukopin.....	52
Gambar 3. 8 : Peraturan ALCO yang dimiliki oleh PT. KB Bukopin	53

Gambar 3. 9 : Rekap Permohonan Data Nasabah Baru untuk Tabungan, Deposito, dan Giro bulan September, Oktober, dan November 2021	55
Gambar 3. 10 : Google Form untuk Internal PT. KB Bukopin.....	56
Gambar 3. 11 : Membuat powerpoint terkait hasil dari Mini Survey Program Maxi Star dan Star Saving	58
Gambar 3. 12 : Jumlah Responden pada Mini Survey Internal PT. KB Bukopin di Google Form	59

UMMN

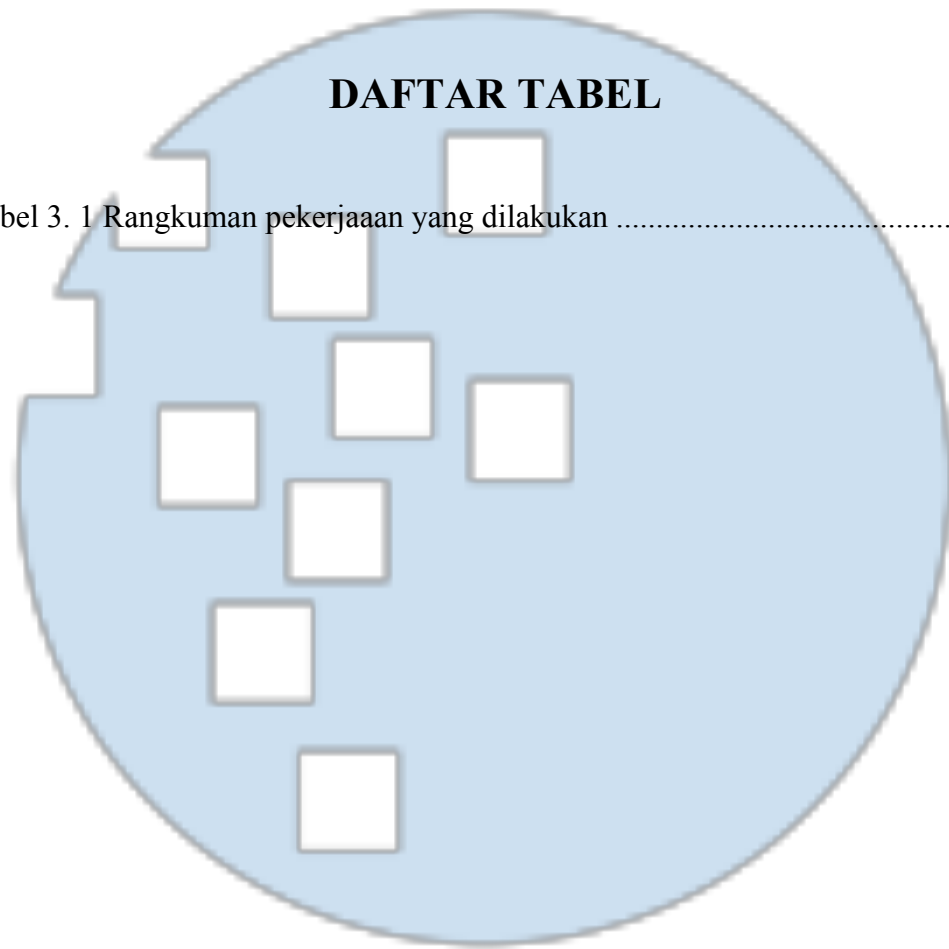
UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rangkuman pekerjaan yang dilakukan	28
---	----



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Henny Novianty

NIM : 00000028855

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/Laporan Magang (*coret yang tidak perlu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Penerapan Strategi Promosi Melalui Marketing Program Pada PT. KB Bukopin

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Juni 2022

Yang menyatakan:



(Henny Novianty)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

xv

Penerapan Strategi Promosi Melalui Marketing Program Pada PT. KB Bukopin,
Henny Novianty, Laporan Magang, Universitas Multimedia Nusantara