

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh lembaga keuangan, termasuk Bank BRI. Menurut data yang dikutip dari McKinsey & Company, 87% nasabah perbankan cenderung berpindah ke bank lain jika mereka merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank mereka saat ini (McKinsey & Company, 2022). Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif menjadi sangat penting dalam memperoleh dan mempertahankan nasabah.

Dalam konteks Bank BRI Kantor Cabang BSD, produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan Kredit Multiguna (BRIGUNA) memiliki potensi besar untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Menurut data yang dirilis oleh Bank Indonesia, permintaan kredit perumahan di Indonesia terus meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kebutuhan masyarakat akan hunian yang lebih baik (Bank Indonesia, 2022). Dalam hal ini, Bank BRI memiliki kesempatan untuk memanfaatkan produk KPR dan BRIGUNA sebagai alat untuk mempertahankan nasabah dan mengembangkan pangsa pasar.

Pemasaran memiliki peran strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Menurut Philip Kotler, seorang pakar pemasaran terkenal, "Pemasaran adalah proses sosial oleh mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai" (Kotler, 2019). Dalam konteks Bank BRI Kantor Cabang BSD, strategi pemasaran yang efektif harus mencakup segmentasi pasar yang tepat, komunikasi yang baik dengan nasabah, penawaran produk yang relevan, dan pelayanan yang berkualitas tinggi.

Dalam laporan magang ini, penulis akan mengkaji Pendekatan yang Tepat untuk Menaikan Loyalitas Nasabah KPR dan BRIGUNA di Bank BRI Kanca BSD. Penulis akan melakukan pengumpulan data melalui survei dan wawancara dengan nasabah serta analisis terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh bank. Selain itu, penulis juga akan mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Bank BRI Kantor Cabang BSD dalam menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Bank BRI, dengan pengalaman yang luas dalam berinteraksi dengan nasabah di seluruh negeri, memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk mereka. Berikut adalah gambaran umum tentang cara pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI:

1. Fokus pada Kualitas Kerja: Bank BRI dikenal secara luas oleh masyarakat, terutama di wilayah pedesaan, bukan hanya karena usianya yang sudah lama, tetapi juga karena pelayanan yang mudah diterima. Salah satu strategi yang dilakukan adalah memberikan kualitas kerja yang baik. Hal ini dicapai melalui SDM yang berkualitas dan dukungan manajemen dalam menjaga kualitas tersebut.
2. Prioritaskan Kepuasan Nasabah: Kualitas kerja yang terjaga dengan baik berdampak positif pada kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas ketika kebutuhan mereka dilayani dengan baik. Selain menjaga kualitas kerja, bank BRI juga melakukan berbagai upaya untuk memprioritaskan kepuasan nasabah, termasuk dengan menawarkan tingkat bunga yang lebih rendah daripada bank lain.
3. Tingkatkan Penawaran: Dengan meningkatkan penawaran, bank BRI dapat mempertahankan nasabahnya dan mencegah mereka beralih ke bank lain. Misalnya, jika bank lain menawarkan produk yang sama, bank BRI akan terus memberikan penawaran kepada nasabah agar mereka tetap loyal.
4. Peningkatan Produk: Strategi ini melibatkan pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah. Dengan meningkatkan produk yang

ditawarkan, bank BRI dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan membuat produknya lebih mudah diterima.

5. Pemberian Hadiah: Bank BRI tidak ragu untuk memberikan apresiasi kepada nasabah yang setia dengan memberikan hadiah. Hadiah ini dapat meningkatkan minat nasabah untuk terus menggunakan produk dari bank BRI. Strategi ini juga membantu promosi produk dan menghasilkan hasil yang positif di masa depan.

Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, bank BRI dapat memperoleh minat pelanggan yang lebih besar, mempertahankan kepercayaan nasabah, mempromosikan produk, dan mencapai hasil yang baik di masa depan.



Gambar 1.1 Gedung Kanwil Jak 3 dan Kantor Cabang BSD

Sumber: Data Pribadi, 2023

Berdasarkan Gambar 1.1, penulis sedang menjalani magang pada divisi marketing KPR dan BRIGUNA di Bank BRI Kantor Cabang BSD yang kantornya

bertepatan dengan Gedung Kanwil Jakarta 3, penulis memiliki kesempatan unik untuk memahami pendekatan yang tepat dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Selama praktek kerja magang, penulis terlibat dalam aktivitas dan proyek yang berfokus pada menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, memperkuat hubungan dengan mereka, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari praktik kerja magang pada PT Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu syarat kelulusan pada program studi manajemen adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam lingkungan kerja nyata. Hal ini membantu mereka memahami bagaimana dinamika, tuntutan, dan budaya kerja di industri yang relevan dengan bidang studi mereka.
2. Memungkinkan mahasiswa untuk mengimplementasikan dan mengasah keterampilan yang telah dipelajari selama perkuliahan. Mereka dapat menguji pengetahuan teoritis mereka dalam situasi dunia nyata dan mengembangkan keterampilan praktis yang relevan dengan pekerjaan yang ingin mereka tekuni di masa depan.
3. Memperbolehkan mahasiswa melihat secara langsung masalah-masalah yang ada di lingkungan kerja. Mereka dapat mengamati tantangan yang dihadapi oleh perusahaan, struktur organisasi, manajemen sumber daya manusia, atau aspek lain yang terkait dengan operasional perusahaan. Hal ini membantu mahasiswa memperoleh wawasan yang lebih baik tentang dunia kerja sebenarnya.
4. Memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk berkontribusi dalam menyelesaikan masalah atau tantangan yang ada di tempat kerja. Dengan berpartisipasi aktif, mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan mereka untuk mencari solusi yang efektif. Ini membantu

mereka mengembangkan kemampuan dalam pemecahan masalah dan kreativitas dalam konteks pekerjaan.

Secara keseluruhan, praktik kerja magang memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja. Melalui praktik ini, mereka dapat menggabungkan teori dengan praktik, meningkatkan keterampilan kerja, dan memperluas pemahaman mereka tentang dinamika industri yang relevan dengan bidang studi mereka.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja Magang selama lima bulan atau setara dengan 800 jam kerja, dimulai pada bulan Februari 2023 sampai dengan bulan Juni 2023. Data penjabaran pelaksanaan kerja Magang sebagai berikut.

Nama Perusahaan	: PT BANK RAKYAT INDONESIA
Bidang Usaha	: BANK
Alamat Perusahaan	: Jl Pahlawan Seribu, Ruko Golden Boulevard Blok Q 6-7, BSD Tangerang
No. Telepon	: (021) 5376571
Periode Kerja Magang	: 20 Februari - 23 Juni 2023
Waktu Kerja Magang	: Senin - Jumat, 07.00 - 17.00 WIB Sabtu, 08.00 - 15.00 WIB
Penempatan Unit	: Business Consumer - Marketing BRIGUNA dan KPR

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun prosedur kerja Magang yang dilakukan penulis untuk mengikuti kerja Magang adalah aturan yang berlaku berdasarkan prosedur Universitas Multimedia Nusantara dan PT Bank Rakyat Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Meminta surat pengantar kerja Magang kepada kaprodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Pengajuan Curriculum Vitae (CV) beserta surat pengantar Magang melalui email perusahaan.
3. Melakukan pemenuhan panggilan interview dengan *recruiter* PT Bank Rakyat Indonesia dengan datang ke tempat Bank BRI Kanca BSD.
4. Selanjutnya penulis diterima perusahaan menjadi karyawan Magang di perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia dan penulis melakukan permintaan surat keterangan atau surat persetujuan bahwa penulis telah diterima di perusahaan tersebut sebagai karyawan Magang.
5. Terhitung efektif kerja mulai dari 20 Februari 2023, bekerja dari tempat kerja atau work from office (WFO)
6. Melakukan input daily task atau daily activity selama proses praktik kerja Magang di website merdeka umn.
7. Melakukan bimbingan praktik kerja magang dengan dosen pembimbing.
8. Menulis dan Menyusun laporan selama praktik kerja Magang berdasarkan pedoman Universitas Multimedia Nusantara.
9. Melakukan sidang Magang sebagai pertanggungjawaban selama praktik kerja Magang.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan kerja magang yang disusun oleh penulis dengan judul "Pendekatan yang Tepat untuk Menaikan Loyalitas Nasabah KPR dan BRIGUNA di Bank BRI Kanca BSD"

BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan pada bab ini mengenai informasi seputar latar belakang laporan magang penulis, maksud dan tujuan dari program magang penulis, prosedur kerja magang dari penulis, dan sistematika laporan kerja magang penulis di PT Bank Rakyat Indonesia.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pembahasan pada bab ini mengenai sejarah singkat perusahaan, profil perusahaan, visi misi perusahaan, core values akhlak, struktur organisasi perusahaan, dan tinjauan pustaka mencakup manajemen, pemasaran, loyalitas nasabah.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pembahasan pada bab ini mengenai pelaksanaan praktik kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis. Penulis menjabarkan kedudukan dan koordinasi di dalam perusahaan, menjabarkan tugas dan uraian kerja magang, menjabarkan kendala yang dialami oleh penulis, dan menjabarkan solusi atas kendala yang dialami oleh penulis.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pembahasan pada bab ini mengenai kesimpulan dari hasil praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis di perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia. Penulis juga memberikan saran untuk perusahaan terkait masalah atau kendala yang ditemukan penulis selama praktik kerja magang.