

BAB I

PENDAHULUAN

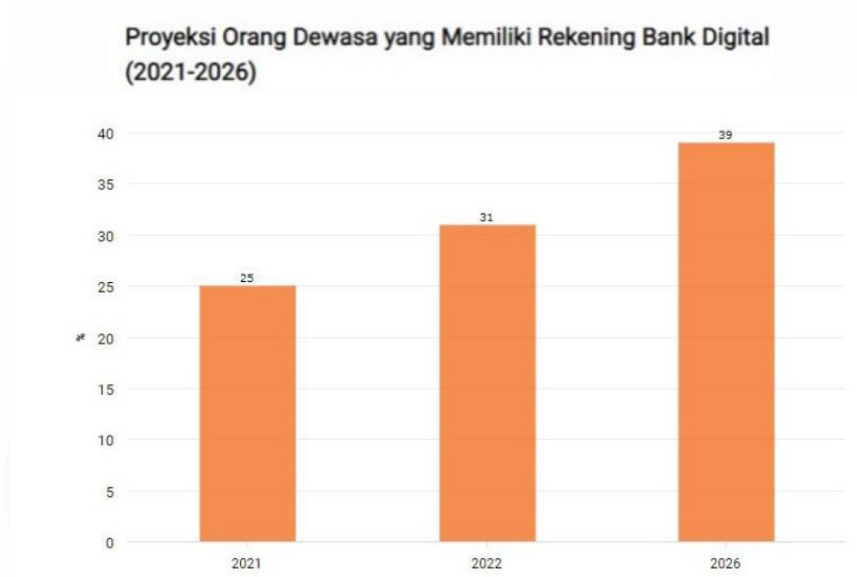
1.1. Latar Belakang

Berdasarkan Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia (2022), program magang berbasis MBKM adalah program untuk mahasiswa melakukan kegiatan magang pada industri atau perusahaan selama kurang lebih enam bulan yang setara dengan 20 SKS. Kegiatan magang yang dilakukan mahasiswa sesuai dengan peminatan jurusan yang diambil pada program studi dari universitas masing-masing, sehingga mahasiswa mampu diberi kesempatan untuk belajar dan mengembangkan diri sesuai dengan kompetensi pada bidang ilmunya. Program magang merupakan kegiatan dimana mahasiswa bekerja pada organisasi mitra atau perusahaan sebagai *trainee* dengan pelatihan manajemen dengan jangka periode waktu terbatas. Mahasiswa terlibat secara langsung atas kegiatan dan aktivitas internal perusahaan tempat magang, sehingga mahasiswa mendapatkan ilmu yang relevan dari perusahaan tempat magang.

Menurut OJK (2017), pada saat ini fungsi dan kehadiran dari adanya perbankan di Indonesia memiliki peranan yang berpengaruh dan menjadi inti sistem keuangan negara. Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank dapat dijelaskan sebagai badan usaha dengan melakukan penghimpunan dana milik masyarakat dalam bentuk simpanan yang kemudian menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup dari masyarakat. Bank memiliki usaha pokok yang dimana dapat melakukan penghimpunan dana dari pihak atau masyarakat yang memiliki dana lebih untuk kemudian disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dan kekurangan dana dalam jangka waktu tertentu. Kebutuhan masyarakat akan bank yaitu untuk pembiayaan modal dan penyimpanan uang oleh masyarakat untuk menabung

sebagai tempat berjaga-jaga apabila menghadapi risiko keuangan di masa depan.

Menurut Murni (2006), pertumbuhan ekonomi merupakan suatu kondisi yang terjadi saat adanya perkembangan pada *Gross Domestic Product (GDP)* yang mana menggambarkan pertumbuhan *output* per kapita, serta peningkatan standar atau patokan untuk hidup masyarakat. Maka dari itu pertumbuhan ekonomi yang terjadi dapat dilihat berdasarkan perkembangan dari GDP riil yang negara hasilkan dalam jangka atau periode waktu tertentu. Adanya pengaruh dari peranan bank yang sangat besar, industri perbankan tersebut seringkali digunakan untuk mengukur potensi ekonomi suatu negara. Pengembangan operasi pada perbankan selama bertahun-tahun telah membuat dunia perbankan semakin berkembang dan berdampak lebih besar pada perekonomian nasional. Selain itu, jumlah perbankan terus bertambah sejalan dengan luasnya pangsa pasar perbankan. Perekonomian suatu negara akan terpengaruh dengan terjadinya permasalahan yang disebabkan oleh dunia perbankan. Maka dari itu, setiap bank harus menghasilkan keuntungan atau laba yang cukup dan sehat agar dapat berkembang, tumbuh, dan cukup kuat dalam memenuhi dan melayani kebutuhan masyarakat. Perkembangan dari bank konvensional menuju bank digital semakin pesat, dimana pola penggunaan masyarakat ke arah digital mendorong dunia perbankan melakukan akselerasi menuju transformasi menjadi perbankan digital. Transformasi tersebut memberikan dampak yang signifikan kepada segala jenis sektor layanan masyarakat.



Gambar 1.1 Pengguna rekening bank digital

Sumber: databoks 2021

Menurut databoks (2021), persentase orang dewasa yang memiliki Rekening Bank Digital akan semakin mengalami peningkatan. Pada 2021, terdapat 25% orang dewasa Indonesia yang memiliki Rekening Bank Digital yang setara dengan 47.722.913 orang. Persentase meningkat pada tahun 2022 yang mencapai 31% atau setara dengan 59.969.877 orang dewasa Indonesia. Persentase tersebut akan terus mengalami peningkatan pada tahun 2026 yaitu hingga 39% atau setara dengan 74.785.062 orang.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020), *marketing* atau pemasaran merupakan proses dalam menciptakan, mempromosikan dengan menetapkan harga produk atau jasa serta gagasan dalam memfasilitasi koneksi pertukaran yang menguntungkan bagi para pelanggan dan membangun relasi dan koneksi yang positif dengan para pemangku kepentingan. Menurut Sunyoto (2019), *marketing* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan untuk memuaskan dari keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui proses yang terjadi antara pihak yang berkepentingan dan perusahaan dengan adanya proses pertukaran. Menurut Tjiptono (2015), *direct marketing* merupakan sistem pada

pemasaran yang ditunjukkan secara interaktif dengan menggunakan beberapa media dalam melakukan iklan yang akan menarik perhatian respon dari calon pembeli. Dalam dunia perbankan, *direct marketing* berperan penting dalam keberlangsungan perusahaan. *Direct marketing* melakukan promosi secara langsung kepada nasabah dengan tujuan menjangkau pelanggan dengan cepat dan menjalin hubungan secara langsung dan baik kepada nasabah. *Direct marketing* dikendalikan oleh pihak pemasar, dengan upaya mengembangkan produk, melakukan promosi, dan mendistribusikan produk dan layanan tersebut kepada konsumen dengan menggunakan beberapa media (Hudson, 2008). Dengan adanya *direct marketing*, akan mempengaruhi minat dari konsumen, dimana dengan adanya interaksi secara langsung akan mendapatkan nilai respon yang diberikan nasabah. Dengan demikian, ketertarikan atas minat dari konsumen akan lebih besar karena adanya pemahaman luas yang diberikan oleh para pemasar dan meningkatkan *brand awareness* dimana memperdalam loyalitas kepercayaan dari nasabah. Dalam kegiatan Perusahaan perbankan, kegiatan *direct marketing* dilakukan untuk menjalin komunikasi dengan nasabah secara langsung dan untuk kemajuan perusahaan secara pesat.

Bank BJB (Bank Jabar dan Banten) merupakan perusahaan perbankan milik pemerintah yang memiliki berbagai produk dan layanan yang baik untuk para nasabahnya. Dalam membentuk Sumber Daya Manusia yang berkualitas, Bank BJB membentuk program BJB University. BJB University merupakan program yang dibentuk oleh PT Bank BJB dengan tujuan untuk menjadi bentuk komitmen bank daerah sebagai pengembangan kualitas insan yang handal dalam mendukung terciptanya kinerja pegawai yang memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui program pendidikan yang berkualitas dengan tujuan bisnis dan strategi bank BJB yang mendukung dalam mencapai visi dan misi dari perusahaan. BJB University melakukan peningkatan kualitas SDM dengan memperluas wawasan bisnis dalam mengantisipasi tantangan internal maupun global. Bank BJB terus melakukan inovasi pada produk dan layanan yang diberikan antara lain produk *consumer banking*, *treasury*, *commercial banking*, layanan dan *international banking*.

Pada kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan Bank Bjb, terdapat beberapa unit bisnis yang berperan dalam operasional yang dijalankan. Unit tersebut terdiri dari unit bisnis komersial, unit bisnis konsumen, unit bisnis UMKM mikro, dan unit bisnis KPR. Dalam kegiatan tugas magang yang dilakukan, penulis membantu pekerjaan dari bidang unit bisnis komersial. Unit bisnis komersial merupakan salah satu unit bisnis dibawah perusahaan yang bertugas untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan berkaitan dengan menyediakan produk dan layanan yang tersedia kepada perusahaan bisnis milik nasabah.

Dalam aktivitas pemasaran secara langsung yang dilakukan, maka akan mendapatkan tanggapan dan respon nasabah secara langsung terhadap produk yang ditawarkan. Dengan begitu, tim *marketing* akan melakukan penawaran secara langsung tanpa adanya perantara dan bernegosiasi yang nantinya akan mendapatkan keputusan dari pihak nasabah dalam mengambil penawaran dari suatu produk atau layanan (Kotler dan Armstrong, 2012). Dalam *direct marketing* yang dilakukan penulis, beberapa kali mendapatkan kesempatan untuk melakukan presentasi atas produk yang ditawarkan kepada nasabah. Pada pemahaman mengenai konsep *pitching* yang didapat pada peminatan *entrepreneurship*, penulis melakukan implementasi dalam mempresentasikan produk yang akan ditawarkan kepada nasabah. Dengan adanya proses *pitching* membantu dalam menjelaskan produk yang dijual dan memungkinkan untuk para nasabah membuat keputusan yang tepat dan berpotensi, serta meyakinkan dan meningkatkan relasi dengan nasabah. Kegiatan *direct marketing* dengan melakukan komunikasi dan interaksi langsung dengan nasabah, sebagai tim marketing perlunya mengenali pengetahuan dari produk, *benefit* produk, dan bagaimana cara implementasinya. Serta kegiatan yang dilakukan tidak selalu berjalan baik dan tidak selalu nasabah melakukan persetujuan dengan produk yang ditawarkan, maka dari itu dibutuhkannya sikap *entrepreneur* yang tidak mudah putus asa dan tidak mudah berhenti serta puas sebelum pencapaian hasil yang diharapkan tercapai. Menurut Lumpkin dan Dess (2001), pengambilan resiko merupakan suatu tindakan yang diambil secara berani dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan tujuan

menjalankan usaha walaupun belum adanya kepastian meraih keberhasilan. Maka dari itu, perlunya memahami seluruh aspek penting dari setiap produk yang ditawarkan untuk menghadapi sikap pengambilan resiko yang diambil dalam melakukan pitching didepan para nasabah.

Alasan penulis berminat untuk melakukan kegiatan kerja magang di PT Bank BJB karena perusahaan tersebut memiliki potensi yang besar pada perbankan di Indonesia. Bank BJB juga memiliki tanggung jawab sosial dengan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bergabung bersama untuk peningkatan serta pertumbuhan dari Bank BJB. Dengan melakukan pelatihan kerja di Bank BJB, penulis diberi kebebasan untuk mengimplementasi ilmu yang didapat dan berhak untuk mengemukakan ide kreatif yang dimiliki untuk mengasah *soft skill* serta *hard skill* penulis. Selain itu, Bank BJB menawarkan adanya peluang karir yang dapat membantu dalam menjelajahi dan memperluas wawasan dalam membantu mewujudkan mimpi penulis. Penulis juga belajar dengan mendapatkan pengalaman langsung yang sangat bermanfaat untuk menambah relasi dengan menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, karyawan, atasan atau sesama rekan magang seputar perbankan yang akan dapat membantu perkembangan karir dimasa depan dan pada saat lulus nanti terutama pada saat kita akan melamar pekerjaan di perusahaan perbankan dan melatih kemampuan dalam melakukan komunikasi saat bertemu dengan nasabah.

Dalam menarik perhatian dari nasabahnya, Bank BJB memberikan kelebihan-kelebihan yang ditawarkan perusahaan, serta adanya program menarik yang diberikan Bank BJB agar nasabah tertarik atas *benefit* yang didapatkan, seperti tidak adanya aturan minimal saldo yang mana nasabah tidak akan diberi biaya tambahan apabila saldo rekening kosong. Serta Bank BJB memiliki program yang menarik bagi masyarakat luas, salah satu dengan mengajak teman yang berpotensi menjadi nasabah Bank BJB, demikian nasabah akan diberi hadiah berupa uang tunai apabila berhasil membujuk calon nasabah lainnya kedalam daftar debitur Bank BJB. Dengan demikian, penulis ingin dapat berkesempatan mengetahui lebih dalam kegiatan-kegiatan yang

dilakukan di dalam unit bisnis komersial pada Bank BJB. Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis diatas, mana penulis mengambil topik “Peranan Direct Marketing dalam Unit Bisnis Komersial pada Bank Bjb Cabang Tangerang Selatan” yang dibahas dalam laporan kerja magang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari praktik kerja magang yang dilakukan adalah untuk mengetahui proses kerja dari divisi *marketing*, khususnya mengenai *direct marketing* pada unit komersial pada Bank BJB. Penulis juga ingin belajar dengan cara memahami sistem kerja yang dilakukan staf *marketing* saat melakukan kunjungan secara langsung ke perusahaan nasabah untuk menawarkan produk dan layanan kepada nasabah.

Tujuan dari praktik kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai persyaratan kelulusan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
2. Meningkatkan wawasan mengenai marketing.
3. Mempersiapkan penulis untuk bekerja secara langsung pada dunia profesional.
4. Memberikan kesempatan pada penulis untuk mendapatkan pengalaman kerja dalam kerja magang. Dengan bimbingan para karyawan yang berkompeten terutama di bidang perbankan, penulis akan lebih memahami sistem operasional dunia perbankan, sesuai bidang dan divisi dimana penulis ditempatkan.
5. Melatih penulis untuk menjadi pribadi yang bertanggung jawab, disiplin, dan mandiri.
6. Meningkatkan *soft skill* yang dimiliki oleh penulis. Selain mengembangkan kemampuan teknis, penulis juga dapat mengasah kemampuan *soft skill* terutama pada kemampuan komunikasi, beradaptasi pada lingkungan perbankan, kerja sama, *problem solving* yang dimana akan dibutuhkan oleh penulis pada saat bekerja nanti termasuk di dunia perbankan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang yang dilakukan sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu dengan minimal 800 jam kerja. Pelaksanaan dari kerja magang adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT. Bank BJB

Alamat : BSD III, JL Letnan Sutopo No.01-B, Lengkong, Gudang Tim., Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15321

Waktu Pelaksanaan : 24 Januari 2023 - 27 Mei 2023

Waktu Operasional : Senin - Jumat, pukul 08.00 - 16.30 WIB

Posisi Magang : *Marketing Internship*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan PT. Bank BJB adalah sebagai berikut:

- a. Sebelum mahasiswa melakukan pelaksanaan kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti rangkaian acara pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Tahap pendaftaran, pada tahap ini penulis melakukan pengisian formulir pengajuan surat kerja magang sebagai permohonan permintaan surat pengantar kerja magang dari universitas untuk ditujukan kepada perusahaan yang akan dituju.
- c. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* dan surat pengantar magang dari kampus kepada pihak perusahaan PT. Bank BJB. Setelah mengirim seluruh berkas yang dibutuhkan, pihak BJB University akan menghubungi penulis

untuk memberi surat persetujuan permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

- d. Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai pada tanggal 24 Januari 2023 dan diberi pengarahan untuk memulai kerja magang serta prosedur kerja.
- e. Penulis melakukan bimbingan laporan magang dan melakukan konsultasi mengenai praktik kerja lapangan yang dilakukan dengan Ibu Nosica sebagai dosen pembimbing.
- f. Penulis melakukan penyusunan laporan kerja magang sesuai format dan struktur laporan kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, dan melakukan sidang magang untuk menjadi ukuran penilaian laporan kerja magang dan proses kerja magang mahasiswa sebagai syarat kelulusan atas mata kuliah *Internship track 1* yang diambil mahasiswa.

1.4. Sistematika Penulisan Laporan

Penulisan laporan kerja magang ini dilakukan dengan metode dan sistematika penulisan dengan format baku yang diatur dalam buku “Panduan Kerja Magang Manajemen” tahun 2023 yang dibuat oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara dengan struktur sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, penulis membahas mengenai latar belakang yang berisi uraian dan alasan dalam program kerja magang, maksud dan tujuan kerja magang, serta waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menguraikan profil perusahaan, mulai dari sejarah singkat yang membahas mengenai perusahaan tempat magang, produk dan layanan, anak perusahaan dari Bank Bjb, *core value* atau nilai budaya dari Bank Bjb, prestasi yang diraih oleh Bank Bjb. Kemudian penulis membahas mengenai visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan tinjauan pustaka yang mendukung teori-teori yang terkait dengan topik kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis merincikan tugas-tugas yang dilakukan pada saat program kerja magang dan kendala-kendala yang dihadapi serta dengan solusi yang dilakukan atas kendala yang ditemukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menarik kesimpulan dari teori yang digunakan dikaitkan dengan realisasi kerja di Bank Bjb Cabang Tangerang Selatan. Selain itu, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pelaksanaan kerja di perusahaan Bank Bjb Cabang Tangerang Selatan.