



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan dalam dunia bisnis menjadi semakin maju sehingga timbulnya persaingan yang semakin ketat antar sesama pelaku bisnis. Berbagai strategi pun dilakukan perusahaan untuk tetap menjaga keberlangsungannya dan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Di Indonesia Bank swasta maupun Bank pemerintah saling bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik dalam bentuk jasa dan produk yang ditawarkan kepada Nasabahnya. Kegiatan perbankan saat ini tidak hanya focus bersaing dengan kompetitor untuk menjual sebanyak-banyaknya produk yang dimiliki, namun juga berfokus kepada strategi penyampaian pesan komunikasi untuk menciptakan, membangun dan menjaga citra serta reputasi perusahaan.

Di dalam menjalankan bisnisnya, Bank Victoria pun terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para Nasabah. Kategori Nasabah yang dimiliki oleh Bank Victoria dapat dikatakan cukup unik, mereka terdiri dari berbagai kalangan pengusaha yang ingin menaruh uangnya di Bank dengan tujuan investasi berupa deposito.

Bank Victoria merupakan salah satu Bank terbaik didalam menawarkan bunga deposito yang cukup tinggi kepada Nasabahnya. Akan tetapi, kompetitor sering kali berusaha merebut Nasabah Bank Victoria dengan menawarkan *special rate* kepada mereka. Di dalam mengatasi masalah tersebut, Bank Victoria berusaha untuk menggunakan strategi *customer relationship management* di dalam mempertahankan Nasabah yang sudah ada dan tetap memberikan pelayanan yang terbaik.

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu aktivitas yang melibatkan seluruh sumber daya manusia untuk mempertahankan pelanggan yang ada; suatu strategi mengelola dan menjaga hubungan dengan pelanggan; suatu usaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan Lukas (2001:3). Kegiatan CRM yang dimiliki oleh Bank Victoria terbagi menjadi dua, yaitu *customer gathering* dan *customer loyalty*.

Kegiatan *customer gathering* biasa diisi dengan seminar mengenai topik mengenai ekonomi, salah satu topik yang dibahas pada saat penulis berkesempatan mengikuti kegiatan tersebut adalah mengenai *tax amnesty*. Kategori yang diundang kedalam kegiatan *customer gathering* merupakan Nasabah *prime* yang dimiliki oleh perusahaan, pemilihan tersebut dapat dilihat dari jumlah *casa* yang dimiliki oleh Nasabah perorangan ataupun perusahaan sehingga tujuan dari diadakannya *customer gathering* dapat sesuai dengan kemauan perusahaan.

Selain *customer gathering*, Bank Victoria juga mempunyai program *customer loyalty* yang bertujuan untuk membangun dan menjaga loyalitas para Nasabah. Program ini diadakan perusahaan setiap diadakan perayaan-perayaan keagamaan atau perayaan personal, seperti Imlek, Idul Fitri, Natal dan perayaan ulang tahun para Nasabah. Pemilihan Nasabah yang termasuk kedalam *customer loyalty* dapat dilihat dari nomor *customer identification file* (CIF). Bank Victoria biasanya mempersiapkan *hampers* bagi para Nasabah yang merayakan Imlek ataupun perayaan agama, sedangkan bagi Nasabah yang berulang tahun biasa diberikan kue ulang tahun sesuai dengan budget dari total *casa* Nasabah.

Peran divisi *Marketing Communication* Bank Victoria memiliki peranan yang penting didalam menjalankan segala aktivitas perusahaan. Selain mengatur pola komunikasi yang membawahi 102 cabang yang tersebar di Jabodetabek dan kota besar yang ada di Indonesia, divisi *Marketing Communication* Bank Victoria juga berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik untuk membangun dan menjaga loyalitas terhadap Publiknya. Publik yang dimaksud terbagi menjadi dua kategori, yaitu publik *internal* dan *eksternal*.

Hubungan komunikasi internal perusahaan menjadi sangatlah penting bagi sebuah perusahaan karena akan mewujudkan situasi kerja yang nyaman dan mengurangi tekanan pekerjaan. Selain itu, komunikasi *internal* diperlukan agar karyawan dapat bekerja dengan maksimal dan mempunyai tujuan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan.

Kehadiran publik *eksternal* juga harus diperhatikan, karena keinginan dan kemauan Nasabah menjadi prioritas utama yang harus didahulukan. Bank Victoria secara rutin memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh Nasabahnya, Nasabah

tersebut terbagi menjadi dua kategori, yaitu Nasabah *prime* dan Nasabah *existing*. Pengelompokan tersebut dilakukan agar dapat mempermudah perusahaan dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan Nasabah.

Dalam pelaksanaan proses kerja magang, Penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di Bank Victoria sebagai *Marketing Communication* yang berfokus kedalam kegiatan *customer relationship management*. Ketertarikan Penulis didasari oleh prestasi Bank Victoria yang dinobatkan sebagai “Best Bank 2014” oleh publikasi terkemuka Indonesia, majalah investor di Financial Club. Acara penganugerahan prestasi bergengsi ini dipelopori oleh Berita Satu Group dan didukung oleh Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Perbanas dan Ikatan Bankir Indonesia. Penulis berharap dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh semasa kuliah serta mendapatkan pengetahuan baru di lingkungan kerja yang sesungguhnya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang sebagai *staff Marketing Communication* di Bank Victoria dengan tujuan:

Mengetahui aktivitas *customer relationship management* Bank Victoria.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai program kerja magang di Bank Victoria pada tanggal 11 Juli - 23 September 2016. Di dalam melaksanakan program kerja magang, Penulis memiliki kewajiban yang sama dengan karyawan lainnya untuk mengikuti jam kerja yang diberlakukan Bank Victoria dari Senin hingga Jumat, dimulai dari pukul 08.00-17.00 WIB.

2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengajukan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan untuk Bank Victoria.

2. Mengajukan surat lamaran, *Curriculum Vitae*, dan disertai dengan Surat Pengantar Kerja Magang dari kampus ke Sinar Mas Land untuk melakukan program *internship* periode Juli – September.
3. Memenuhi panggilan wawancara oleh *staff* dan *Head Human Capital Managemen.t*
4. Dinyatakan diterima oleh Bank VICTORIA sebagai *intern* selama 2 (dua) bulan.
5. Menyerahkan Surat Penerimaan Magang Kerja ke kampus untuk mendapatkan kartu kerja magang, formulir absensi, dan formulir hasil penelitian praktik kerja magang.
6. Melaksanakan kerja magang dan melengkapi laporan magang.
7. Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing magang dalam pembuatan laporan magang.
8. Laporan yang sudah diterima dan disetujui dosen pembimbing selanjutnya dipresentasikan dalam sidang magang.

