BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Kordinasi

Selama menjalankan praktek kerja magang, penulis ditempatkan di *Transaction Banking Wholesale Group* pada *Dapartment Wholesale Product Management* dengan Mba Yuke Wiranti Andarini selaku *supervisor* dan berperan sebagai tim *leader* dari *Marketing Team*. Sebagai *Marketing Team Intern* pada produk Kopra by Mandiri, pekerjaan yang dilakukan yaitu proses pemasaran untuk meningkatkan Giro pada nasabah. Terdapat beberapa cara yang digunakan untuk melakukan pemasaran yaitu melalui *digital marketing* maupun *konvensional marketing* dengan pembuatan *key visual* untuk di posting di platform media sosial, serta *booklet, playbook, brosur,* serta *roll banner* yang berisi penjelasan produk untuk memikat nasabah menggunakan Kopra by Mandiri.

Dalam melaksanakan kerja magang, penulis melakukan pekerjaan atas arahan atau instruksi secara langsung dari *supervisor* maupun *officer* tim *marketing*. Jadi, semua pekerjaan yang dilakukan penulis harus melalui persetujuan tim yang akan mengecek hasil pekerjaan penulis. Jika penulis terdapat kendala, pertanyaan, maupun kesulitan yang dihadapi, penulis segera bertanya atau berkoordinasi secara langsung kepada *supervisor* ataupun *officer*. Terkadang penulis juga dilibatkan dalam kegiatan *meeting* baik internal tim atau *meeting* bersama tim lainnya, kegiatan *meeting* ini terjadi baik secara *offline* dan *online*. Dengan diikutsertakan *meeting* tersebut penulis dapat mengetahui progres suatu proyek pekerjaan yang sedang berjalan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam melakukan program kerja magang di Bank Mandiri ini, penulis mendapatkan tugas dan tanggung jawab untuk dilakukan dan

dikerjakan pada setiap harinya. Dengan tugas-tugas yang diberikan tersebut dapat membantu meningkatkan pertumbuhan giro pada Kopra by Mandiri, dan beberapa tugas lainnya yang menjadi tanggung jawab tim *marketing*. Berikut ini merupakan rangkuman pekerjaan yang dilakukan penulis dalam kerja magang pada tabel 3.1 sebagai berikut:

No	Pekerjaan Utama
1.	Membuat *benchmark wholesale banking*
2.	Mencari artikel terkait program yang telah dilakukan oleh *wholesale banking* bank lain
2.	Mencari *advertisement digital wholesale banking* yaitu BNI Direct, QLola BRI, dan Kopra by Mandiri
3.	Mengisi *booklet* program *Transaction Banking Wholesale* (TBW) dari memo izin prinsip
4.	Membuat artikel *advertorial*
5.	Mencari harga media iklan dan tools premium untuk pengadaan barang/jasa *marketing*
6.	Mengisi bukti tayang *marketing Transaction Banking Wholesale* (TBW)
7.	Mensupport pembuatan brosur Kopra by Mandiri
8.	Mensupport pembuatan *playbook* DHE SDA
9.	Memasukan data nasabah
10.	Mengecek website program
11.	Resize *key visual* di Adobe Photoshop
12.	Mengisi bukti tayang *key visual* di notion dan memasukan bukti penayangan pada Drive
13.	Mensupport *shooting snackable content*
14.	Mencari *campaign marketing wholesale* Bank Lain
15.	Menyimpan dan memasukan data nasabah ke grup WhatsApp

Tabel 3.1 Pekerjaan Utama Penulis

No	Pekerjaan Tambahan
1.	Menscan dokumen Transaction Banking Wholesale (TBW) dan mengetik disposisi
2.	Memilih banner yang masih terpakai pada ruang penyimpanan alat *marketing*

Tabel 3.2 Pekerjaan Tambahan Penulis

Target Pekerjaan		
No	**Pekerjaan**	**Target**
1.	Membuat benchmark wholesale banking bank lain	2 Hari
2.	Memasukan program dari izin prinsip ke *booklet* program	2 Hari
3.	Resize *Key Visual* ke dalam berbagai template di Adobe Photoshop	1 Hari (5 *key visual*)

Tabel 3.3 Target Pekerjaan Penulis

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Pada saat melaksanakan praktek kerja magang pada Bank Mandiri selama kurang lebih 5 bulan, penulis banyak mengimplementasikan dari perkuliahan terutama mata kuliah penjurusan *marketing* yaitu *Integrated Marketing Communication* dalam hal mengerjakan tugas atau pekerjaan yang diberikan. Berikut ini merupakan uraian kerja magang yang dilakukan penulis selama ini, dijabarkan sebagai berikut:

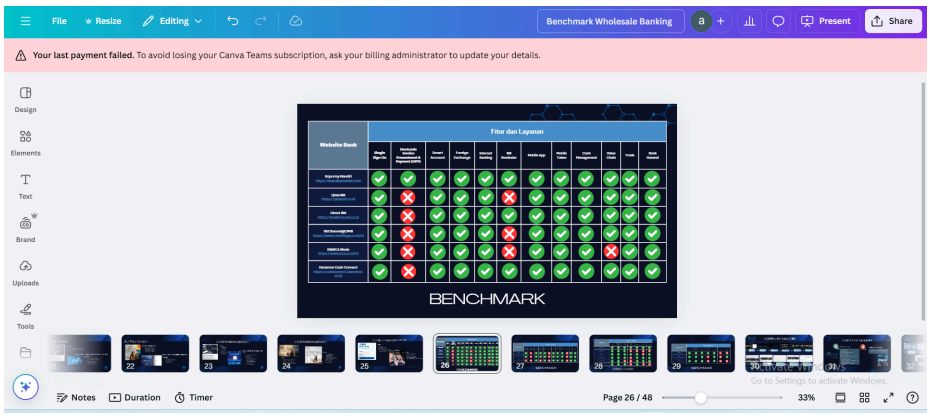
A. Pekerjaan Utama

1. Membuat *Benchmark Wholesale Banking*

Pada awal magang, penulis melakukan pemahaman yang yang mendalam terkait Kopra by Mandiri dengan melakukan riset pada

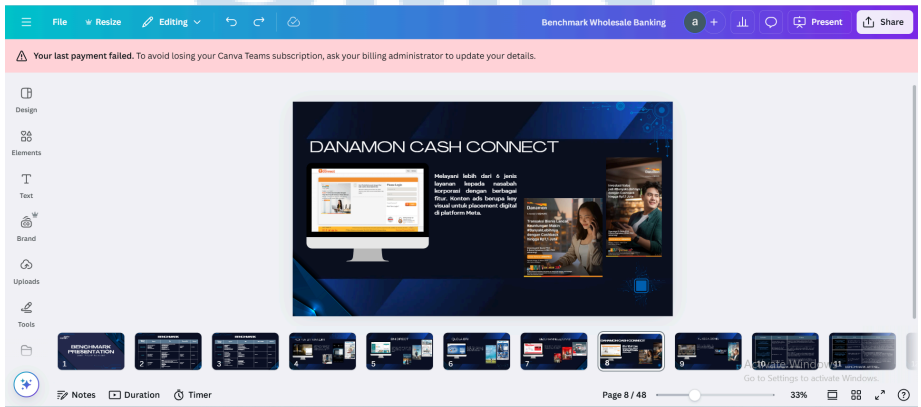
halaman website resminya. Sehingga dari pengenalan berbagai macam produk wholesale banking, penulis mendapatkan tugas untuk membuat *benchmark* terhadap Kopra by Mandiri, dengan membandingkannya dengan layanan dan fitur *wholesale banking* yang dimiliki oleh bank besar lainnya, seperti Direct BNI, Qlola BRI, KlikBCA Bisnis, CIMB, Danamon Cash Connect, DBS, HSBC, dan CITIBank. Tujuan dibuatnya *benchmark* ini untuk mengetahui secara mendalam produk dan layanan yang ditawarkan oleh masing-masing *wholesale banking*, baik dari segi fitur, kelebihan, dan kekurangan hingga strategi komunikasi yang digunakan.

Selain itu, aspek terpenting yang dianalisis pada *benchmark* ini adalah mengetahui media *placement* yang sering digunakan oleh bank-bank lain untuk mempromosikan *wholesale banking* nya. Penulis juga diminta untuk menganalisis *platform digital* apa saja yang paling sering digunakan, mencari tahu frekuensi tayangan promosi *wholesale banking* pada *placement digital*, dan serta bentuk dan jenis konten pada media sosial. Penulis juga menganalisis bank-bank tersebut dengan memanfaatkan platform Instagram, Facebook, LinkedIn, website resmi, untuk menginformasikan pesan produk nya kepada nasabah dengan cara informatif, menarik, dan mudah dipahami. Kemudian dari melihat berbagai postingan yang ditujukan sebagai bahan promosi dengan meninjau *key visual* yang digunakan oleh bank lain.



Gambar 3.1 *Benchmark Wholesale Banking*

Pada gambar 3.1 diatas merupakan *benchmark* yang dibuat penulis, ke dalam desain menggunakan Canva. Isi dari beberapa *benchmark wholesale banking* yang penulis buat meliputi aspek penting, yaitu layanan dan fitur yang ditawarkan, bentuk iklan, *placement ads*, serta frekuensi penayangan iklan. Penulis mendapatkan informasi untuk melakukan benchmark dengan menganalisis website *wholesale banking* masing-masing bank, serta mencari tahu dari akun media sosial resmi yang berhubungan dengan *wholesale banking*.



Gambar 3.2 *Benchmark Wholesale Banking*

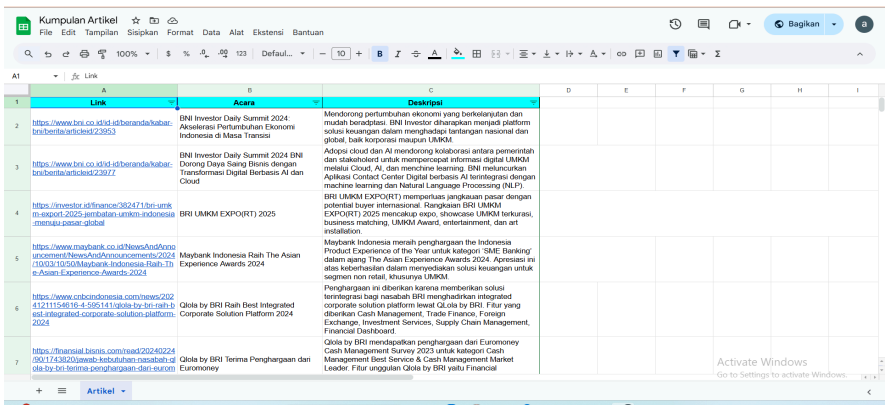
Selanjutnya, pada gambar 3.2 diatas, penulis melakukan kembali *benchmark* yang berfokus pada analisis *key visual* yang

digunakan oleh bank-bank kompetitor dalam mempromosikan produk *wholesale* nya. Cara yang dilakukan penulis dalam melakukan *benchmark key visual* ini adalah dengan menelusuri berbagai *platform digital* media *marketing* nya seperti website, media sosial, dan lainnya. Tujuan dari *benchmark key visual* ini untuk mengetahui bagaimana bank lain dalam mengkomunikasikan layanan dan produk nya secara visual, sehingga pesan produk dapat mudah dipahami dengan jelas oleh nasabah.

2. Mencari Artikel terkait Program yang telah dilakukan oleh *Wholesale Banking* Bank lain

Setelah melakukan *benchmark* dari segi fitur dan layanannya pada Kopra by Mandiri dengan *wholesale banking* bank lain, penulis ditugaskan oleh *supervisor* untuk menganalisis kegiatan, program, serta penghargaan yang telah dilakukan oleh *Wholesale banking* bank lain dengan cara membuat *benchmark* artikel. Artikel yang didapatkan penulis dari berbagai sumber terpercaya dan kredibel, baik dari situs resmi bank terkait maupun sumber lainnya. Penulis menganalisis berbagai artikel terkait untuk mencari tahu kegiatan yang pernah diselenggarakan oleh *wholesale banking* bank lain.

Selain itu, dengan *benchmark* artikel ini dapat melihat program yang telah diselenggarakan oleh *wholesale* bank lain adalah dengan cara membuat *benchmark* artikel tersebut. Kumpulan artikel ini penulis dapatkan dari berbagai sumber yang terpercaya.



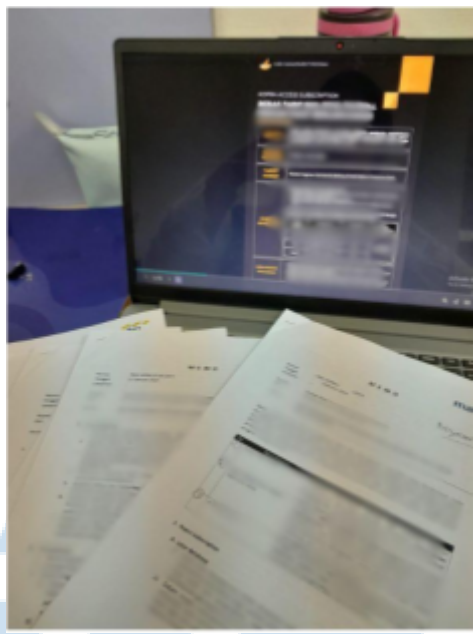
Link	Acara	Deskripsi
https://www.bni.co.id/id-id/beranda/kabar-bni/berita/articleid/23953	BNI Investor Daily Summit 2024 Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Masa Transisi	Mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan mudah beradptasi. BNI Investor diharapkan menjadi platform solusi keuangan dalam menghadapi tantangan nasional dan global, baik korporasi maupun UMKM.
https://www.bni.co.id/id-id/beranda/kabar-bni/berita/articleid/23977	BNI Investor Daily Summit 2024 BNI Dorong Daya Saing Bisnis dengan Transformasi Digital Berbasis AI dan Cloud	Adopsi cloud dan AI mendorong kolaborasi antara pemerintah dan stakeholderd untuk mempercepat informasi digital UMKM melalui Cloud, AI, dan menchine learning. BNI meluncurkan Aplikasi Contact Center Digital berbasis AI teringtegrasi dengan machine learning dan Natural Language Processing (NLP).
https://investor.id/finance/382471/bri-umkm-export-2025-jembatan-umkm-indonesia-menuju-pasar-global	BRI UMKM EXPO(RT) 2025	BRI UMKM EXPO(RT) memperluas jangkauan pasar dengan potential buyer internasional. Rangkaian BRI UMKM EXPO(RT) 2025 mencakup expo, showcase UMKM terkurasi, business matching, UMKM Award, entertainment, dan art installation.
https://www.maybank.co.id/NewsAndAnnouncement/NewsAndAnnouncements/2024/10/03/10/50/Maybank-Indonesia-Raih-The-Asian-Experience-Awards-2024	Maybank Indonesia Raih The Asian Experience Awards 2024	Maybank Indonesia meraih penghargaan the Indonesia Product Experience of the Year untuk kategori 'SME Banking' dalam ajang The Asian Experience Awards 2024. Apresiasi ini atas keberhasilan dalam menyediakan solusi keuangan untuk segmen non retail, khususnya UMKM.
https://www.cnbcindonesia.com/news/20241211154616-4-595141/qlola-by-bri-raih-best-integrated-corporate-solution-platform-2024	Qlola by BRI Raih Best Integrated Corporate Solution Platform 2024	Penghargaan ini diberikan karena memberikan solusi terintegrasi bagi nasabah BRI menghadirkan integrated corporate solution platform lewat QLola by BRI. Fitur yang diberikan Cash Management, Trade Finance, Foreign Exchange, Investment Services, Supply Chain Management, Financial Dashboard.
https://finansial.bisnis.com/read/20240224/90/1743820/jawab-kebutuhan-nasabah-qlola-by-bri-terima-penghargaan-dari-euromo	Qlola by BRI Terima Penghargaan dari Euromoney	Qlola by BRI mendapatkan penghargaan dari Euromoney Cash Management Survey 2023 untuk kategori Cash Management Best Service & Cash Management Market Leader. Fitur unggulan Qlola by BRI yaitu Financial

Gambar 3.3 Benchmark Artikel

Gambar 3.3 merupakan *benchmark* artikel yang dibuat penulis, dalam *benchmark* tersebut berisi acara yang diselenggarakan, deskripsi singkat dari acara, dan tautan yang dapat diakses untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Dengan adanya *benchmark* ini membantu tim *marketing* sebagai referensi kegiatan atau program yang akan dilaksanakan.

3. Mengisi *Booklet* Program TBW Dari Memo Izin Prinsip

Pada setiap pembuatan program baik untuk internal maupun eksternal terkait Kopra by Mandiri, maka diperlukan sebuah *booklet* yang berisi informasi dan ketentuan dari program yang diselenggarakan oleh *Transaction Banking Wholesale Group*. Tugas dari tim *marketing* adalah membuat desain *booklet* dan mengisi *booklet* sesuai dengan izin prinsip yang telah disetujui dan dikeluarkan. Isi dari *booklet* ini adalah program yang akan berjalan selama satu tahun ini. Selain itu, dalam *booklet* ini dibedakan berdasarkan nasabah *whitelist* dan *non whitelist*, *whitelist* artinya *target market* nasabah telah ditentukan, sedangkan *non whitelist* artinya *target market* nasabah secara umum sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat. Dalam pembuatan *booklet* ini menggunakan aplikasi Canva yang bisa diakses oleh tim *marketing* dan penulis.



Gambar 3.4 Mengisi *Booklet* Program

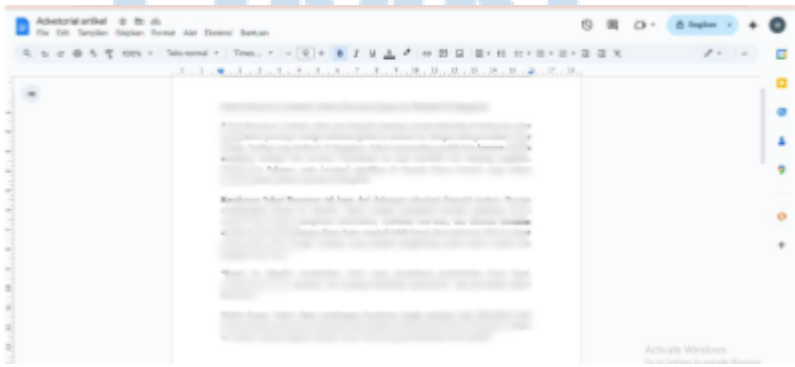
Sebelum penulis mengisi *booklet* program, penulis diberi arahan terlebih dahulu oleh *supervisor* mengenai pengertian program yang akan dilakukan serta diberikan contoh untuk memahami isi dari izin prinsip tersebut. Pada gambar diatas, penulis terlebih dahulu menganalisis isi dari izin prinsip tersebut untuk dimasukan ke *booklet* program pada Canva. Untuk memasukan *booklet* program ini membutuhkan waktu sekitar 2 hari, karena izin prinsip program jumlahnya cukup banyak yaitu sekitar 10 program dan membutuhkan waktu untuk penulis memahami program yang akan diselenggarakan.

Setelah penulis selesai melakukan pengisian *booklet program, supervisor* dan *officer* tim *marketing* akan melakukan pengecekan dan revisi atas *booklet program* yang telah diisi oleh penulis. Setelah dilakukan pengecekan, kemudian penulis melakukan revisi atas beberapa program. Kemudian jika sudah melalui persetujuan, langkah selanjutnya akan diadakan sosialisasi program *booklet* kepada *region* untuk memberi tahu program apa saja yang akan diselenggarakan.

4. Membuat Artikel Advertorial

Beberapa minggu setelah penulis melakukan kegiatan magang, penulis berkesempatan mengikuti *meeting* online melalui Zoom bersama pihak Bank Mandiri Singapore untuk berdiskusi terkait nasabah yang menggunakan Kopra by Mandiri pada dua negara, untuk lebih mengetahui layanan yang digunakan pada tingkat internasional. Dalam diskusi tersebut, Bank Mandiri berencana untuk membuat materi pemasaran yang melibatkan nasabah sebagai strategi promosi. Salah satu metode yang digunakan untuk mempromosikan Kopra by Mandiri dengan metode *advertorial artikel*, yang bertujuan untuk menarik calon nasabah baru yang mempunyai potensi untuk menggunakan Kopra by Mandiri.

Tidak hanya turut ikut mendengarkan diskusinya, namun penulis mencatat poin-poin penting dari hasil diskusi tersebut. Setelah sesi diskusi berakhir, penulis ditugaskan untuk membuat gambaran *advertorial artikel* terkait nasabah tersebut.



Gambar 3.5 Gambaran Advertorial Artikel

Berikut ini gambar 3.5 merupakan gambaran *advertorial artikel* yang dibuat penulis. Dalam pembuatan *advertorial artike*l ini penulis mendapatkan materi dari hasil diskusi dan informasi tambahan pada web perusahaan nasabah. Setelah penulis menyelesaikan tugas

yang diberikan, kemudian penulis menyerahkan tugas tersebut kepada *officer* tim *marketing*. Pada gambaran *advertorial artikel*, penulis membuat dengan tujuan untuk mempromosikan Kopra by Mandiri di tingkat Internasional, serta artikel ini akan dibaca oleh jaringan di Singapura. Sehingga dengan hal tersebut untuk meningkatkan *awareness* nasabah yang berada di Singapura.

5. Mencari Harga Media Iklan dan *Tools Premium* untuk Pengadaan Barang/Jasa *Marketing*

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran melalui media konvensional maupun digital, terdapat beberapa aspek penting yang dipersiapkan oleh tim *marketing*. Aspek penting ini salah satunya adalah memastikan ketersedian penyimpanan media pemasaran yang sudah diedit dengan baik dan tersimpan rapi. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan untuk menggunakan *tools premium* yang memiliki fitur lengkap dan dapat menunjang kebutuhan tim dalam membuat, mengedit, dan menyimpan data.

Namun, penggunaan *tools* ini tidak bisa diakses segala fiturnya tanpa adanya biaya berlangganan. Selain itu, tim *marketing* membutuhkan informasi mengenai harga yang terkait *placement* media iklan konvensional. Sehingga, diperlukan untuk pengadaan barang/jasa yang mencakup rincian biaya yang dibutuhkan untuk keperluan *marketing* produk, baik dari sisi *tools digital* maupun *placement* iklan konvensional. Dengan hal tersebut, penulis mendapatkan tugas untuk membantu mencari informasi harga terkait *placement* iklan di berbagi media konvensional dan harga *tools premium* yang dibutuhkan oleh tim *marketing* dalam menjalankan pekerjaannya.

Rate Card

No	Jenis	Keterangan	Harga	Harga after Tax
1.	Canva Premium	12 Bulan	Rp 769.000	Rp 861.280
2.	Google Drive	12 Bulan	Rp 810.000	Rp 907.200
3.	Creative Cloud All Apps	12 Bulan	Rp 10.550.000	Rp 11.811.152
4.	Capcut Pro	12 Bulan	Rp 1.000.000	Rp 1.120.000
5.	Placement Display Ads	Media Cetak: Investor daily & Bisnis Indonesia	Rp 17.500.000 Rp 99.950.000 Total: Rp 117.450.000	Rp 131.544.000
6.	Placement Advertorial	Media Digital: Investor.id & Bisnis.com	Rp 318.000.000 Rp 250.000.000 Total: RP 568.000.000	Rp 636.160.000

Gambar 3.6 Rate Card Tools Premium & Placement Iklan

Gambar diatas merupakan data rincian biaya yang diperlukan untuk *tools premium* yang terdiri dari Canva Premium, *Google Drive, Creative Cloud All ads*, dan *Cupcut Pro*. Selain itu rincian biaya yang diperlukan *placement advertorial* dan *display ads* pada media digital dan konvensional dari Investor Daily & Bisnis Indonesia. Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan riset dengan mencari referensi harga dari website resmi penyedia layanan iklan dan penyedia *tools premium*. Kemudian, data yang diperoleh penulis buatkan tabel yang berisi keterangan berlangganan dan estimasi biaya pengadaan, yang selanjutnya diserahkan kepada *officer* tim *marketing* untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam pengajuan anggaran.

6. Mengisi Bukti Tayang *Marketing Transaction Banking Wholesale*

Tim *Marketing* ini tidak hanya membuat materi promosi tetapi juga mendokumentasikan semua kegiatan *marketing Transaction Banking Wholesale* yang telah dilakukan. Dokumentasi ini berperan penting yaitu sebagai bukti nyata kepada *Group Head* bahwa setiap

kegiatan yang dijalankan oleh tim *marketing* berjalan dengan baik. Bukti tayang *marketing* ini dapat berupa postingan dari akun media sosial resmi Bank Mandiri, hingga dokumentasi dari berbagai acara *internal* maupun *eksternal* yang diselenggarakan oleh TBW *(Transaction Banking Wholesale)*.

Gambar 3.7 Bukti Tayang Marketing TBW
Sumber: Data Perusahaan, 2025

Selama menjalani masa magang ini, penulis ditugaskan untuk mengisi bukti tayang *marketing* pada Canva. Pada setiap hari juga penulis konsisten mengecek akun media sosial resmi Bank Mandiri yaitu Instagram, Facebook, dan X, untuk memastikan apakah terdapat postingan terbaru yang berkaitan dengan produk Kopra by Mandiri. Selain dari media sosial, penulis juga rutin mengecek media *digital*, untuk mencari iklan yang berkaitan dengan produk Kopra by Mandiri. Serta jika tim *officer* mengirim bukti *event* yang diselenggarakan atau ikut berpartisipasi oleh Kopra by Mandiri.

Jika penulis menemukan postingan atau iklan yang sesuai, maka penulis langsung meng *screenshot* layar Hp, lalu memasukan gambar file ke bukti tayang *marketing* pada Canva, disertai dengan

keterangan yang jelas, singkat, yang berisi tanggal postingan, lokasi, dan tujuan acara.

7. Mensupport Pembuatan Brosur Kopra by Mandiri

Dalam setiap kegiatan yang akan diselenggarakan oleh Bank Mandiri, diperlukan media pendukung untuk keperluan promosi produk dan layanan *wholesale banking* kepada para nasabah maupun calon nasabah yang menghadiri acara tersebut. Salah satu media promosi yang digunakan adalah brosur. Brosur menjadi alat *marketing* yang sangat penting karena terdapat informasi terkait layanan dan produk yang ditawarkan oleh Kopra by Mandiri dan menawarkan program yang sedang berlangsung kepada nasabah.

Gambar 3.8 Brosur Kopra
Sumber: Data Perusahaan, 2025

Pada kegiatan ini, penulis ditugaskan untuk membantu membuat brosur Kopra by Mandiri pada Canva, serta mendapatkan materi atas arahan dari tim *marketing*. Penulis bertanggung jawab dalam merapikan sesuai dengan template yang sudah disediakan. Selain itu, penulis meminta masukan terkait tugas yang diberikan. Setelah penulis menyelesaikan tugas tersebut, penulis menyerahkannya kepada *officer* di tim marketing yang kemudian

beliau akan merevisinya dan menambahkan kembali jika ada yang kurang dari desain brosur Kopra tersebut. Setelah melalui berbagai revisi, langkah selanjutnya adalah dilakukan percetakan dalam jumlah banyak dan penulis mengambil langsung brosur ke percetakan.

Gambar 3.9 Brosur Cetak Kopra

Gambar diatas merupakan hasil pencetakan brosur Kopra by Mandiri, yang dimana dalam brosur tersebut berisi produk layanan yang ditawarkan serta program reward kepada nasabah yang segera mendaftarkan Kopra by Mandiri. Salah satu pembagian brosur tersebut pada acara MIF (*Mandiri Investment Forum*) 2025 yang berlangsung pada 11-12 Februari 2025 lalu, nasabah atau calon nasabah yang mengunjungi booth dan ingin mengetahui lebih dalam Kopra by Mandiri langsung dibagikan brosur tersebut. Selain pada acara tersebut, brosur juga akan dibagikan jika terdapat event-event besar lainnya yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri. Dengan demikian kegiatan promosi Kopra by Mandiri dapat berjalan dengan lancar dan baik.

8. Mensupport Pembuatan *Playbook* Devisa Hasil Ekspor Sumber

Daya Alam (DHE SDA)

Salah satu peran dari tim *marketing* adalah meningkatkan pemahaman produk maupun program kepada seluruh *internal* perusahaan dengan melakukan kegiatan sosialisasi. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini, karyawan diharapkan memperoleh informasi yang menyeluruh dan mendalam sebelum ada nasabah atau pihak *eksternal* yang menanyakan terkait hal tersebut, sehingga nasabah mendapatkan informasi yang akurat. Kemudian, pada setiap kegiatan sosialisasi dibutuhkan pedoman berupa *playbook* yang berisi seluruh informasi yang detail terkait materi yang akan disampaikan pada kegiatan sosialisasi.

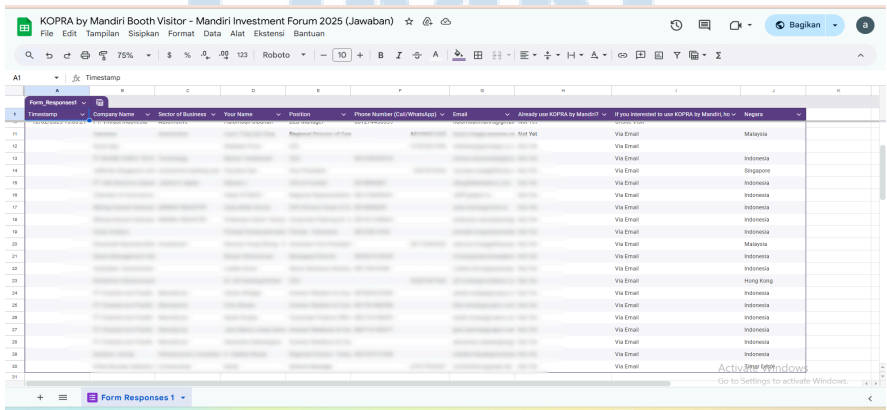
Gambar 3.10 Desain Canva *Playbook*
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Gambar diatas merupakan tugas dari penulis, dengan membantu menyusun, merapikan, dan mengisi elemen-elemen untuk *playbook* tersebut. Pembuatan *playbook* ini dilakukan pada aplikasi Canva yang bisa diakses oleh tim *marketing* maupun penulis. Serta penulis dalam merapikan maupun menyusun *booklet* berdasarkan materi yang diberikan oleh *officer* tim *marketing*, yang kemudian penulis menyamakan *template* sebelumnya agar desain terlihat menarik dan rapi. Setelah penulis menyelesaikan tugas yang

diberikan, penulis memberikan tugas tersebut kepada *officer* tim *marketing* untuk dilakukan pengecekan dan *review* lebih lanjut.

9. Memasukan Data Nasabah

Setelah pelaksanaan kegiatan open booth yang diselenggarakan oleh Kopra by Mandiri, terdapat sejumlah nasabah maupun calon nasabah yang datang mengunjungi *booth* untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai layanan dan produk yang ditawarkan oleh Kopra by Mandiri. Dari nasabah mengunjungi *booth* menunjukan adanya ketertarikan dan potensi kebutuhan dari nasabah terhadap layanan *wholesale banking* untuk perusahaannya. Kemudian pada situasi ini, pihak *internal* perusahaan biasanya akan meminta kartu nama dari nasabah atau calon nasabah yang berkunjung, tujuannya agar data kontak nasabah dapat disimpan dan digunakan apabila nasabah membutuhkan layanan w*holesale banking* di kemudian hari. Dengan hal tersebut penulis ditugaskan untuk membantu tim *marketing* dalam mengelola data yang diperoleh.



Gambar 3.11 Data Visitor Booth Kopra by Mandiri di MIF 2025
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Pada gambar diatas, penulis memasukan seluruh informasi dari kartu nama nasabah yang telah dikumpulkan untuk dimasukan ke dalam format Excel. Data yang dimasukan meliputi nama nasabah,

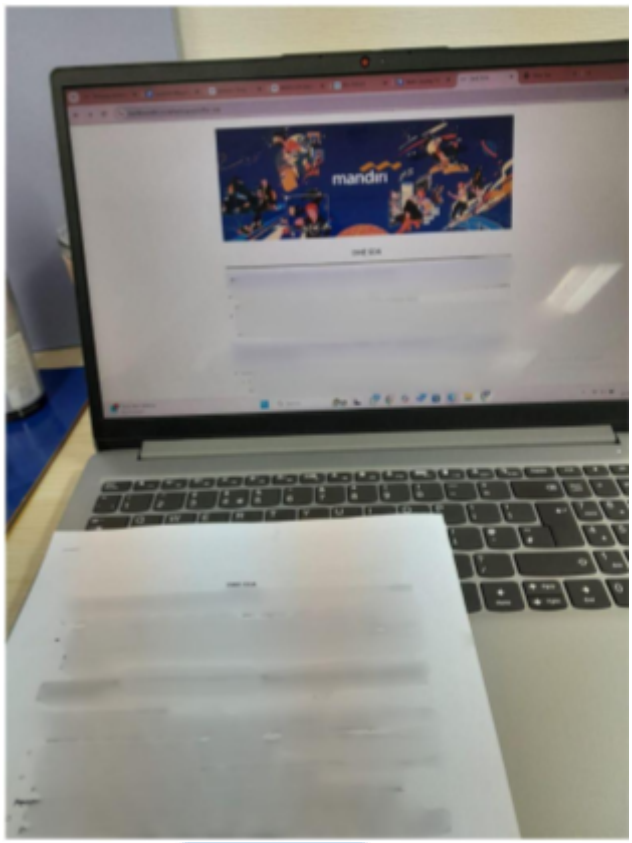
jabatan, perusahaan, alamat email, nomor telepon, asal negara, dan bidang usaha perusahaan. Kemudian data tersebut digunakan untuk oleh tim *marketing* sebagai *database* prospek yang dapat dihubungi untuk melakukan penawaran lebih lanjut mengenai produk dan layanan dari Kopra by Mandiri.

10. Mengecek Website Program

Setelah *booklet* program yang berkaitan dengan Devisa Hasil Ekspor disetujui dari pihak terkait, kemudian langkah selanjutnya adalah memasukan informasi program tersebut ke dalam website resmi yang dapat diakses oleh masyarakat luas sebagai bentuk penyampaian informasi dan publikasi. Dengan tujuan untuk memastikan semua informasi yang ditampilkan pada website sesuai dengan konten yang telah disetujui.

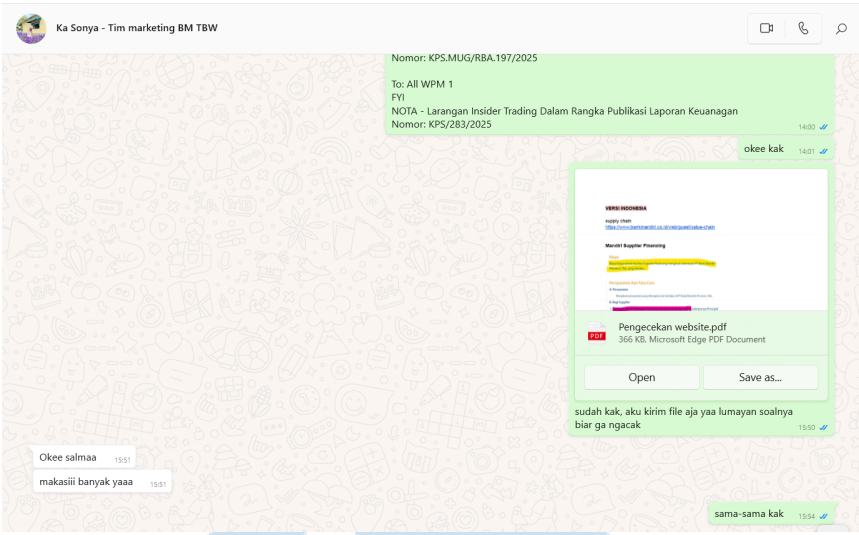
Dalam memastikan seluruh informasi yang ditampilkan di website sudah sesuai dengan detail program yang telah disetujui dan tidak terdapat kesalah penulisan maupun penyajiannya, penulis mendapatkan tugas dari salah satu *officer* tim *marketing* untuk melakukan pengecekan secara menyeluruh terhadap isi dari website sebelum dipublikasikan secara umum.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.12 Pengecekan Website yang akan dipublish
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

Dari gambar tersebut penulis melakukan tugas pengecekan secara teliti baik dari kalimat maupun tanda baca sesuai dengan print out yang diberikan oleh tim *marketing,* kemudian setelah penulis menemukan ketidaksamaan antara tampilan website yang akan di publish dengan hasil print out yang berisikan kelengkapan detail program untuk ditampilkan pada website, penulis akan segera melakukan tangkapan layar (*screenshot*) pada bagian yang berbeda tersebut, lalu menandai letak perbedaannya dan memberikan catatan yang sebenarnya. Pengecekkan ini dilakukan pada dua versi tampilan yaitu tampilan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.



Gambar 3.13 Bukti Pengiriman Hasil Pengecekan Website

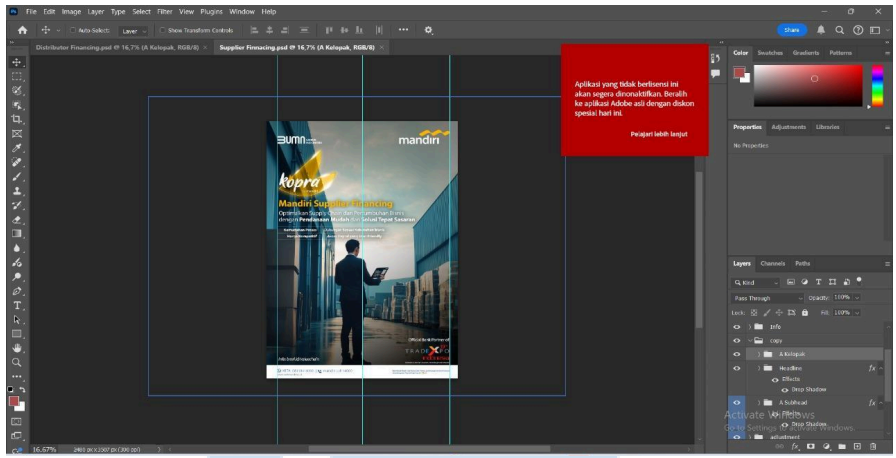
Gambar diatas merupakan bukti hasil pengecekan website yang dikirim melalui aplikasi *WhatsApp* kepada *officer* tim *marketing*. Pengecekan website ini penulis membutuhkan ketelitian yang cukup tinggi, agar tidak ada kesalahan dan misinformasi penulisan detail program yang akan diselenggarakan. Penulis melakukan pengecekan tampilan website ini tidak hanya satu program saja, melainkan terdapat beberapa program yang akan diselenggarakan yaitu sekitar 7 (tujuh) program. Sehingga memerlukan waktu yang tidak singkat yaitu sekitar 2 (dua) jam untuk mengecek keseluruhan program.

11. Resize Key Visual

Key visual yang digunakan untuk kegiatan *marketing* memerlukan perubahan template untuk beberapa keperluan seperti, *banner, e-flyer, Poster*, *LED,* dan lainnya yang akan dipasang di area umum. Pada Kegiatan ini tim *Marketing* dibantu oleh tim *Digital Marketing* pada segi desain nya. Kemudian, tim *marketing* yang merubah desain nya dengan berbagai *template* yang telah tersedia.

Dengan keperluan tersebut penulis ditugaskan untuk

membantu *resize key visual* produk Kopra by Mandiri ke dalam bentuk *banner, e-flyer, poster*, dan *LED*. *Key visual* tersebut berisi produk-produk Kopra by Mandiri untuk mempromosikan kepada nasabah di area publik.



Gambar 3.14 *Resize Key Visual*
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

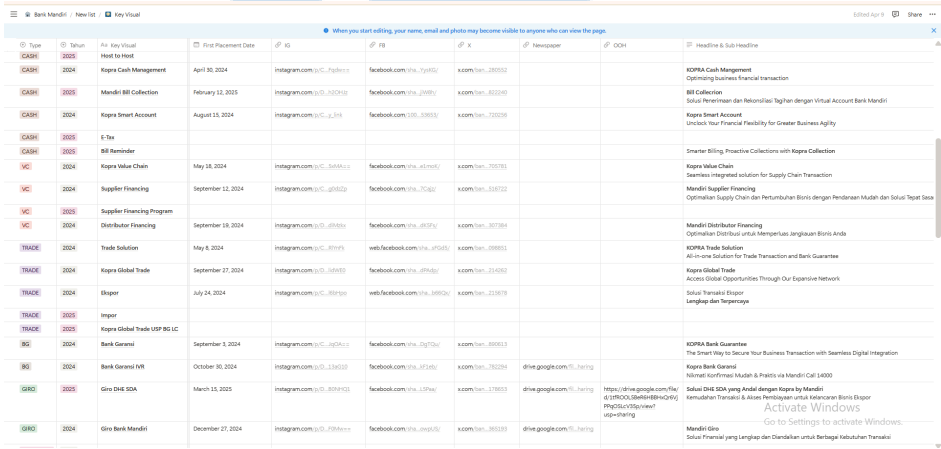
Gambar diatas merupakan salah satu hasil *resize* penulis buat ke dalam bentuk *e-flyer* untuk produk *Supplier Financing*. Dalam mengerjakan *resize key visual* ini penulis memerlukan ketelitian agar desain dan gambar pas serta isi dari *key visual* tersebut dapat dilihat jelas oleh nasabah, sehingga pesan produk nya tersampaikan dengan baik. Setelah penulis menyelesaikan *resize key visual* tersebut, penulis meminta pendapat dari *officer* tim *marketing* apakah sudah sesuai atau belum. Jika terdapat *key visual* yang belum pas, penulis segera merevisinya dan memberikannya kembali kepada *officer* tim *marketing*, hingga hasil *resize key visual* nya disetujui. Setelah *resize key visual* disetujui, kemudian penulis memindahkan file tersebut ke dalam format JPG yang dikumpulkan dalam satu drive *key visual.*

12. Mengisi Bukti Tayang *Key Visual*

Setelah proses penyesuaian *key visual* dengan template

marketing yang telah ditentukan oleh tim, materi *visual* tersebut kemudian dipublikasikan secara luas kepada nasabah melalui berbagai cara komunikasi seperti media sosial, koran, artikel online, serta OOH *(Out of Home Advertising)*. Penyebarluasan materi visual ini untuk meningkatkan *awareness* terhadap produk - produk yang ditawarkan oleh Kopra by Mandiri.

Dengan hal tersebut, penulis diberikan tugas untuk melakukan pencarian dan pengumpulan bukti tayang dari *key visual* yang telah dipublikasikan. Bukti tayang ini sebagai catatan bahwa materi *marketing* telah ditayangkan sesuai dengan rencana. Selain itu, sebagai melihat *progress key visual* produk yang sedang atau akan berjalan.



Gambar 3.15 Bukti *Key Visual*, Notion
Sumber: Dokumen perusahaan, 2025

Dari gambar diatas merupakan hasil penulis dan bekerjasama dengan tim *marketing* mengumpulkan bukti penayangan berupa link. Proses pengumpulan bukti tayang ini dengan cara men-*searching* dari mesin pencarian, yang kemudian penulis kumpulkan ke dalam satu file *drive*. Seluruh dokumentasi bukti tayang tersebut kemudian dicatat dalam platform *Notion*, yang merupakan aplikasi yang

digunakan oleh tim *marketing* sebagai media pencatatan materi pemasaran. Kegiatan ini dilakukan berulang jika terdapat materi visual yang baru di *publish* maupun yang akan berjalan.

13. Mensupport Shooting Snackable Content

Selain menggunakan *key visual* sebagai media *marketing*, dibutuhkan juga konten yang *interaktif* kepada nasabah berupa *snackable content* yaitu konten singkat yang mudah dipahami oleh nasabah. *Snackable content* tersebut akan ditayangkan pada media sosial Instagram resmi Bank Mandiri. *Snackable content* ini berisi mengenalkan produk layanan Kopra by Mandiri dan menawarkan penawaran khusus bagi nasabah yang segera mendaftarkan perusahaan atau usaha perseorangan dengan membuka giro pada platform Kopra by Mandiri. Pada kegiatan ini penulis berpartisipasi dengan menyeting area untuk kebutuhan shooting mulai dari pencahayaan, tata letak, dan background, serta memegang prompter untuk tim *marketing*.

Gambar 3.16 Mensetting Area Shooting Snackable Content
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

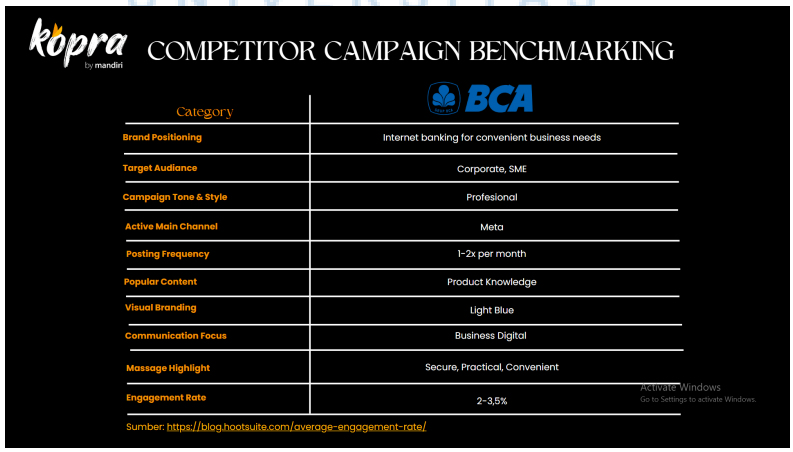
Gambar diatas merupakan salah satu dokumentasi penulis sedang men-*setting lighting* untuk keperluan *shooting* yang dibantu

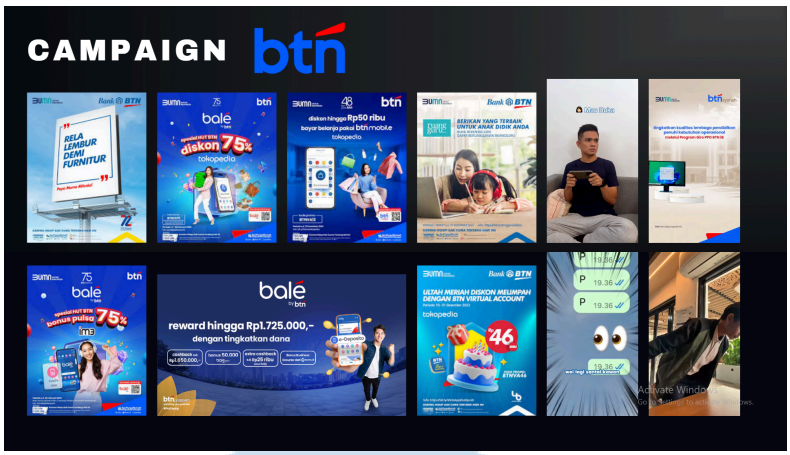
oleh tim *marketing*. Kegiatan *shooting* ini berjalan selama kurang lebih 2 jam. Setelah syuting berakhir video akan di edit oleh tim *marketing* secara langsung. Kemudian jika hasil pengeditan telah disetujui, maka akan langsung di *upload* pada Instagram resmi Bank Mandiri yang dibantu oleh *Digital Marketing Team.*

14. Mencari *Campaign Marketing Wholesale* Bank Lain

Dalam membuat sebuah *key visual* atau bahan *marketing* lainnya dibutuhkan beberapa referensi yang menarik untuk mendukung pembuatan materi *marketing* yang akan dibahas dengan tim *Digital Marketing* saat *meeting* tersebut.

Sehingga dari itu untuk membantu tim *marketing* dalam mencari ide dari *marketing wholesale banking* bank lain, penulis ditugaskan *supervisor* untuk mencari bahan *campaign* yang pernah dilakukan oleh jaringan *wholesale* bank lain. Penulis melakukan tugas pekerjaan ini dengan cara men-*searching*, baik dari website resmi hingga media sosial, untuk mendapatkan referensi dalam pembuatan konten untuk Kopra by Mandiri. Pencarian referensi *campaign* ini tidak dilakukan hanya pada satu *wholesale* bank lain, namun terdapat beberapa wholesale bank lain yang dijadikan bahan referensi.





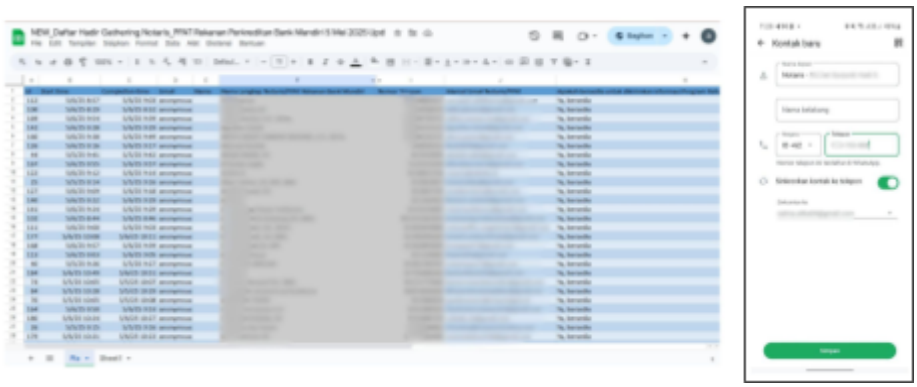
Gambar 3.17 *Competitor Campaign Benchmarking*

Dalam menyelesaikan tugas ini penulis bekerja sama dengan tim *marketing* lainnya dengan memegang masing-masing bank lainnya. Penulis mendapatkan bagian untuk benchmark campaign yang telah dilakukan oleh BCA dan BTN. Berikut gambar diatas merupakan hasil *benchmark* penulis terhadap *campaign wholesale banking* dari bank BCA dan BTN. Benchmark Campaign tersebut berisi *key visual*, penempatan iklan, *snackable content,* konten interaktif, dan lainnya. Dengan hal tersebut tim *marketing* mengetahui campaign yang telah dibuat oleh bank lain untuk menambah ide dalam pembuatan materi promosi.

15. Menyimpan dan Memasukan Data Nasabah ke Grup WhatsApp

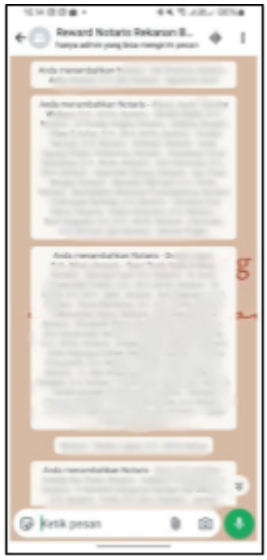
Setelah tim *marketing* mengadakan kegiatan *gathering* bagi para nasabah, terutama pada rekanan notaris. Pada *gathering* tersebut Bank Mandiri menawarkan program spesial bagi para notaris. Kemudian, jika para notaris bersedia mengikuti program tersebut mengisi *Google form* untuk didata.

Setelah proses pendataan selesai, kemudian penulis ditugaskan oleh tim *solution* untuk membantu tim *marketing* menyimpan dan memasukan kontak nasabah ke dalam grup program *reward* yang telah dibuat oleh tim *solution*.



Gambar 3.18 Data Kontak Notaris
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Gambar tersebut merupakan data yang diperoleh penulis dari tim *solution*, setelah mendapatkan data tersebut kemudian penulis menyimpan kontak notaris dengan format "Notaris - Nama" pada handphone penulis. Kemudian setelah di simpan kontak satu persatu hingga berjumlah 190an kontak, langkah selanjutnya penulis memasukan notaris tersebut ke dalam grup program reward yang telah dibuat.



Gambar 3.19 Bukti Grup Program

Gambar diatas merupakan grup yang berisikan para notaris yang bersedia mengikuti reward program untuk diinformasikan lebih

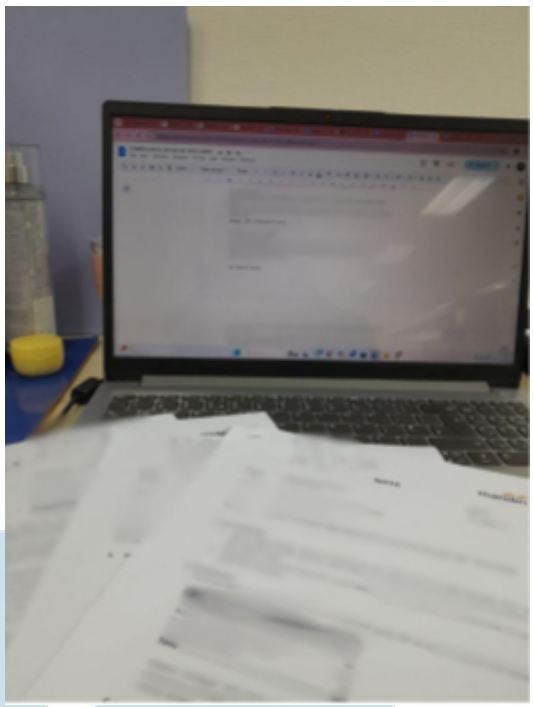
lanjut terkait reward dan ketentuan program yang akan diberitahukan oleh tim marketing.

B. Pekerjaan Tambahan

1. Menscan Dokumen Transaction Banking Wholesale (TBW) dan Mengetik Disposisi

Seluruh tim yang berada di bawah naungan Departemen *Wholesale Product Management* 1 dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya pekerjaanya membuat sebuah nota yang ditujukan untuk departemen maupun *group head* terkait pekerjaan yang membutuhkan feedback dari department head. Selain nota internal terdapat juga surat yang ditujukan oleh department ini, penulis ditugaskan untuk menscan dokumen yang berisi feedback kepada tim terkait dan penulis melakukan pengetikan disposisi yang berisi *feedback* tersebut, kemudian penulis kirimkan kepada *officer* tim *marketing* untuk segera dikirim email sesuai dengan tim terkait.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.20 Pengetikan *Feedback* dari Nota

Sehingga dari kegiatan tersebut, penulis ditugaskan untuk membantu mengirimkan dan mengelola dokumen-dokumen tersebut. Tugas yang dilakukan oleh penulis yaitu menscan dokumen yang berisi *feedback* dari department head, kemudian dilanjutkan dengan pengetikan ulang isi dari *feedback* tersebut agar tersaji dalam format yang rapi dan jelas. Setelah proses pengetikan disposisi dan pemindaian dokumen, penulis menyerahkan hasil tersebut kepada *officer* tim *marketing* untuk dilakukan pengiriman email sesuai dengan tim terkait.

2. Memilih Banner

Setiap kegiatan *marketing* Kopra by Mandiri memerlukan *banner* yang telah di pasang pada booth pada event-event tertentu yang diselenggarakan Bank Mandiri. Setelah penyelenggaraan *marketing* tersebut berakhir, maka *banner* akan disimpan terlebih dahulu selama beberapa waktu. Tetapi, ada *banner* yang hanya

dikhususkan untuk suatu *event* maupun terdapat *banner* yang bisa terpakai untuk *event* berikutnya. Maka dari itu *banner* yang masih terpakai akan disimpan kembali, namun *banner* yang sudah tidak terpakai akan dikeluarkan.

Sehingga tugas dari penulis atas arahan tim *officer marketing* adalah memilah banner yang sudah tidak terpakai pada ruang penyimpanan, yang kemudian akan dikeluarkan. Agar jika terdapat banner baru yang telah dicetak bisa disimpan di ruang penyimpanan tanpa memenuhi tempat. Cara penulis memilih *banner* yang sudah tidak terpakai dengan cara mengecek satu-satu isi dan *visual* dari *roll banner* tersebut. Jika isi dan *visual* dari *banner* tersebut masih bisa terpakai maka akan disimpan, sebaliknya jika isi dan *visual* terdapat perubahan, maka akan dikeluarkan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kerja magang sebagai *Marketing Team Intern* pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan terutama terhadap industri perbankan. Namun, ada kendala yang dihadapi penulis dalam mengerjakan tugas yang diberikan, antara lain:

1) Kendala pertama yang ditemukan penulis yaitu terhadap penggunaan aplikasi Adobe Photoshop. Kurangnya pemahaman dan pengetahuan penulis pada awal penggunaan aplikasi tersebut dalam me-*resize design key visual* untuk menjadi bentuk *Flyer, Poster,* dan *Standing Banner*. Terutama pada *design* yang rumit dan terdapat banyak elemen nya membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mencari lapisan-lapisan *design key visual.* Selain itu, dikarenakan penulis juga tidak terbiasa dengan aplikasi Adobe Photoshop, maka diperlukan beberapa waktu untuk mencari tahu fitur-fitur yang tersedia aplikasi

untuk menjadi desain sesuai dengan bentuk *key visual* yang penulis inginkan.

2) Kendala terakhir yang ditemukan penulis yaitu laptop mengalami terhambat atau tidak responsif saat menjalankan beberapa program. Terutama pada saat me-*resize key visual* di Adobe Photoshop, laptop penulis sering kali mengalami keterlambatan. Hal tersebut terjadi karena desain yang akan di *resize* memakan cukup banyak memori yang besar, tetapi tidak didukung oleh laptop dengan kekuatan besar yang diperlukan untuk keperluan desain. Sehingga dari terlambatnya laptop, penulis membutuhkan waktu yang cukup banyak untuk menyelesaikan 5 (lima) *resize key visual* dalam sehari.

3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk menghadapi kendala atau hambatan yang dilakukan penulis dalam kerja magang sebagai *Marketing Team Intern*, terdapat beberapa solusi yang dilakukan yaitu, sebagai berikut:

1) Solusi terhadap kendala dalam kurangnya pemahaman dan penggunaan Adobe Photoshop yaitu penulis terkadang menanyakan kepada *officer* tim *marketing* yang sudah berpengalaman dalam penggunaan aplikasi tersebut. Selain itu, penulis juga belajar secara mandiri melalui video Youtube dalam pengaplikasian desain untuk sesuai dengan kebutuhan penulis inginkan, serta mencoba berbagai fitur di Adobe Photoshop secara langsung dan berkala. Dengan cara tersebut penulis bisa menyelesaikan tugas yang diberikan dengan baik dan sesuai dengan persetujuan tim *marketing.*

2) Solusi terhadap kendala yang terakhir yaitu laptop mengalami keterlambatan saat menjalan program terutama aplikasi Adobe Photoshop yaitu dengan penulis membersihkan file-file yang

mempunyai memori besar dengan cara menghapusnya dan segera mengupdate *software* pada laptop penulis. Dengan cara tersebut dapat sedikit membantu laptop menjadi berjalan dengan baik dan proses pengerjaan tugas yang diberikan dapat terselesaikan tepat waktu.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA