

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan dinamika yang sangat pesat, terutama sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap akses layanan keuangan yang cepat, aman, dan efisien. Digitalisasi, inklusi keuangan, serta peningkatan literasi keuangan menjadi fokus utama pemerintah dan lembaga keuangan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, lembaga perbankan dituntut tidak hanya untuk menyediakan produk keuangan konvensional, tetapi juga untuk mampu merespons perubahan perilaku konsumen, menjawab tantangan regulasi yang terus berkembang, dan beradaptasi dengan lanskap teknologi yang kian kompleks.

PT Bank XYZ (Persero) Tbk merupakan salah satu institusi perbankan yang berada di garda terdepan dalam menjawab tantangan tersebut. Sebagai salah satu bank milik negara terbesar di Indonesia, Bank XYZ memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Bank ini lahir pada tahun 1998 sebagai hasil penggabungan dari empat bank pemerintah, dan sejak saat itu terus berkembang secara progresif dalam hal aset, jaringan layanan, serta inovasi digital. Melalui berbagai produk dan layanan yang ditawarkan, baik dalam bentuk konvensional maupun digital, Bank XYZ telah berhasil menjangkau jutaan nasabah dari berbagai segmen masyarakat.

Salah satu langkah konkret Bank XYZ dalam proses transformasi digital adalah peluncuran aplikasi Livin' by XYZ, yang menjadi platform utama dalam layanan mobile banking bagi nasabah ritel. Selain itu, terdapat pula Kopra by XYZ yang menasar segmen korporasi dan bisnis. Inisiatif digital ini merupakan

bentuk komitmen Bank XYZ dalam memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi keuangan di era digital. Upaya ini turut disertai dengan peningkatan sistem keamanan data, penguatan infrastruktur teknologi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk menjawab kebutuhan pasar yang semakin kompleks dan kompetitif.

Penulis memutuskan untuk melaksanakan kegiatan magang di Bank XYZ karena melihat adanya peluang besar untuk mempelajari langsung bagaimana proses bisnis dan strategi pemasaran dijalankan dalam industri perbankan yang telah mengalami digitalisasi secara masif. Latar belakang penulis sebagai mahasiswa program studi Marketing memberikan landasan akademis yang kuat dalam memahami konsep-konsep pemasaran, perilaku konsumen, serta strategi komunikasi. Oleh karena itu, penempatan magang pada bidang Sales Generalist Consumer dan Marketing Activities di kantor cabang Bank XYZ menjadi sangat relevan, karena memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengamati sekaligus terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran jasa keuangan di lapangan.

Pengalaman magang di Bank XYZ telah menjadi kesempatan yang sangat berharga bagi penulis untuk menghubungkan antara teori yang diperoleh di perkuliahan dengan praktik yang terjadi secara langsung di lingkungan kerja. Dalam konteks pemasaran jasa keuangan, penulis menyadari bahwa konsep-konsep yang selama ini hanya dipelajari secara teoritis ternyata memiliki relevansi yang sangat kuat dalam operasional sehari-hari di dunia kerja. Berbagai teori inti dalam disiplin ilmu marketing, seperti bauran pemasaran (marketing mix), segmentasi pasar, positioning, analisis SWOT, dan perilaku konsumen, menjadi pedoman dalam memahami strategi pemasaran yang dijalankan oleh tim sales di kantor cabang.

Konsep bauran pemasaran, yang mencakup empat elemen utama yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion), menjadi dasar dalam mengamati bagaimana Bank XYZ menawarkan produknya kepada masyarakat. Misalnya, produk tabungan dan kartu kredit yang ditawarkan memiliki keunggulan dan fitur tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan segmen pasar yang berbeda. Strategi promosi dilakukan tidak hanya melalui media cetak atau digital, tetapi juga melalui pendekatan langsung di lapangan oleh tim sales, yang mengedepankan komunikasi personal dan pendekatan emosional untuk membangun kepercayaan calon nasabah.

Selain itu, teori segmentasi pasar dan penentuan target market juga terlihat diterapkan secara nyata. Bank XYZ, misalnya, membagi pasarnya berdasarkan kategori usia, status pekerjaan, dan kebutuhan finansial, untuk kemudian menawarkan produk yang sesuai seperti tabungan reguler untuk pelajar dan mahasiswa, kartu kredit untuk profesional muda, hingga layanan prioritas untuk nasabah premium. Dalam praktik magang, penulis turut membantu tim dalam menjangkau berbagai segmen ini, terutama dalam hal komunikasi dan edukasi produk, baik secara langsung maupun melalui media promosi ringan seperti brosur dan media sosial.

Penulis juga melihat penerapan teori perilaku konsumen, yang mempelajari proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk keuangan. Dalam interaksi dengan calon nasabah, penting untuk memahami motivasi mereka, hambatan psikologis atau finansial, serta preferensi dalam menggunakan layanan perbankan. Hal ini berkaitan erat dengan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan, di mana pendekatan persuasif, informatif, dan edukatif menjadi bagian penting dalam membangun minat dan mendorong keputusan pembelian.

Selama magang, penulis juga mengamati penerapan konsep customer relationship management (CRM) yang menjadi salah satu fokus penting dalam pemasaran jasa. Dalam industri perbankan, membangun dan menjaga hubungan

jangka panjang dengan nasabah merupakan strategi utama. Hal ini diwujudkan melalui pelayanan yang responsif, penanganan keluhan yang cepat, dan pemberian informasi yang jelas serta tepat sasaran. Penulis menyadari bahwa kepuasan dan loyalitas nasabah sangat bergantung pada kualitas interaksi yang dibangun oleh pihak bank, terutama oleh tim frontliner dan sales yang berhadapan langsung dengan nasabah setiap harinya.

Lebih lanjut, teori analisis SWOT juga menjadi acuan dalam memahami kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh lembaga perbankan. Selama magang, penulis terlibat dalam diskusi internal mengenai strategi promosi lokal, di mana tim melakukan evaluasi terhadap potensi pasar di wilayah kerja kantor cabang, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi seperti persaingan antar bank dan tingkat literasi keuangan masyarakat.

Melalui seluruh pengalaman ini, penulis memperoleh pemahaman bahwa keberhasilan strategi pemasaran dalam sektor jasa keuangan sangat ditentukan oleh sinergi antara teori dan praktik. Pendekatan teoritis memberikan kerangka kerja yang kuat, sementara praktik lapangan memberikan penyesuaian kontekstual terhadap kondisi nyata. Oleh karena itu, magang ini menjadi pengalaman transformatif yang tidak hanya memperluas wawasan akademik penulis, tetapi juga membekali keterampilan praktis yang sangat diperlukan dalam membangun karier di bidang pemasaran, khususnya di sektor jasa dan keuangan.

Dalam kegiatan magang ini, penulis juga memperoleh pemahaman tentang pentingnya kerja tim, disiplin operasional, dan ketelitian dalam menjalankan aktivitas administrasi yang mendukung kegiatan pemasaran. Pengetahuan yang diperoleh selama masa studi, seperti pemahaman mengenai bauran pemasaran, analisis pasar, serta pengelolaan hubungan pelanggan, menjadi lebih aplikatif ketika dihadapkan pada tantangan nyata di lingkungan kerja. Hal ini sekaligus memperkuat keyakinan penulis bahwa pengalaman magang bukan hanya sebagai

pelengkap akademik, tetapi juga sebagai jembatan penting menuju dunia profesional.

Magang di Bank XYZ memberikan pengalaman yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga membentuk karakter dan etos kerja yang positif. Dalam prosesnya, penulis dituntut untuk adaptif, komunikatif, dan mampu bekerja secara kolaboratif dalam menghadapi berbagai situasi yang terjadi di lapangan. Interaksi langsung dengan nasabah, pengamatan terhadap pola konsumsi layanan perbankan, serta penerapan strategi promosi yang kontekstual menjadi bagian dari pembelajaran yang sangat berharga.

Dengan demikian, latar belakang pelaksanaan magang ini dilandasi oleh kebutuhan untuk memperluas wawasan praktis dalam bidang pemasaran jasa, memperdalam pemahaman terhadap industri perbankan yang terus berkembang, serta membentuk kesiapan penulis untuk menghadapi tantangan karier di masa depan, khususnya dalam sektor keuangan yang dinamis. Kegiatan magang ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif baik bagi penulis secara pribadi maupun sebagai bekal untuk berkontribusi lebih lanjut di bidang pemasaran yang profesional, terukur, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan kerja magang di PT Bank XYZ (Persero) Tbk dilandasi oleh keinginan penulis untuk mendapatkan pengalaman langsung di dunia kerja profesional, khususnya dalam bidang pemasaran jasa keuangan. Magang ini diharapkan tidak hanya menjadi sarana pembelajaran praktis, tetapi juga menjadi jembatan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan kebutuhan nyata di industri. Adapun maksud dan tujuan magang ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kompetensi Diri, Baik Soft Skills maupun Hard Skills

Salah satu tujuan utama dari pelaksanaan magang di PT Bank XYZ (Persero) Tbk adalah untuk meningkatkan kompetensi penulis baik dalam aspek soft skills maupun hard skills, yang merupakan dua komponen penting dalam membentuk kesiapan kerja lulusan pendidikan tinggi. Dunia kerja profesional saat ini tidak hanya menuntut penguasaan aspek teknis semata, tetapi juga keterampilan interpersonal dan karakter kerja yang kuat.

Dalam aspek hard skills, penulis memperoleh kesempatan untuk secara langsung mempelajari dan mempraktikkan berbagai keterampilan teknis yang berkaitan dengan bidang pemasaran jasa keuangan. Misalnya, penulis mempelajari cara mengoperasikan sistem dan aplikasi internal perbankan, seperti sistem informasi nasabah, penginputan data pemasaran, serta sistem pencatatan transaksi dan laporan kinerja sales. Selain itu, kemampuan dalam menyampaikan presentasi produk, membuat materi promosi, dan menyusun laporan harian juga dilatih secara intensif. Di samping itu, keterampilan komunikasi pemasaran, mulai dari menyampaikan informasi produk kepada calon nasabah hingga menjawab pertanyaan dan keberatan dengan pendekatan yang persuasif, merupakan pengalaman nyata yang tidak bisa sepenuhnya diperoleh di ruang kelas.

Sementara dalam aspek soft skills, penulis memperoleh kesempatan untuk lebih lagi mengembangkan kemampuan dalam hal kerja sama tim, kemampuan beradaptasi, serta etika kerja. Di lingkungan kerja profesional seperti Bank XYZ, setiap individu diharapkan mampu bekerja secara kolaboratif dalam tim, menghormati peran masing-masing, serta menjaga komunikasi yang efektif. Penulis juga dilatih untuk bekerja di bawah tekanan waktu, menyelesaikan tugas sesuai deadline, serta menjaga sikap profesional baik terhadap atasan, rekan kerja, maupun nasabah. Kejujuran, tanggung jawab, ketekunan, dan kedisiplinan menjadi bagian dari pembentukan karakter kerja yang sangat ditekankan selama proses magang berlangsung.

2. Memahami Standar dan Budaya Kerja Profesional (Experiential Learning)

Tujuan penting lainnya dari pelaksanaan magang di PT Bank XYZ (Persero) Tbk adalah agar penulis dapat memperoleh pemahaman langsung mengenai standar kerja dan budaya profesional yang berlaku di dunia industri, khususnya dalam sektor perbankan. Melalui pendekatan experiential learning atau pembelajaran berbasis pengalaman nyata, penulis tidak hanya sekadar menjadi pengamat pasif, tetapi juga terlibat secara aktif dalam berbagai proses kerja yang mencerminkan praktik profesional sesungguhnya.

Selama masa magang, penulis diperkenalkan pada berbagai prosedur standar operasional (SOP) yang menjadi dasar dalam menjalankan tugas harian di kantor cabang. Hal ini mencakup pengelolaan dokumen nasabah, alur kerja promosi produk keuangan, pencatatan hasil kerja harian, serta pelaporan kepada atasan. Melalui pemahaman terhadap SOP tersebut, penulis belajar bagaimana perusahaan besar menjaga kualitas dan konsistensi layanan kepada nasabah. Standardisasi ini penting untuk memastikan bahwa setiap karyawan memahami perannya dan bekerja secara efisien serta sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, penulis juga diperkenalkan dengan budaya kerja profesional yang meliputi etos kerja, tata krama komunikasi, struktur organisasi, hingga pentingnya menjaga integritas dan tanggung jawab dalam bekerja. Misalnya, setiap pekerjaan harus diselesaikan dengan ketepatan waktu, bersikap sopan terhadap nasabah, menjaga kerahasiaan data, serta berkoordinasi secara aktif dengan rekan kerja dan atasan. Penulis juga mengamati bagaimana mekanisme komunikasi internal berlangsung, baik secara formal melalui rapat rutin maupun secara informal melalui koordinasi harian.

3. Membangun dan Mengembangkan Jejaring Profesional (Networking)

Salah satu tujuan strategis dari pelaksanaan magang di PT Bank XYZ (Persero) Tbk adalah untuk membangun serta mengembangkan jejaring profesional (networking). Dalam dunia kerja modern, memiliki jaringan relasi yang luas tidak kalah pentingnya dibandingkan dengan keterampilan teknis. Melalui kegiatan magang, penulis memperoleh kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan karyawan, supervisor, hingga manajer yang memiliki pengalaman dan keahlian dalam bidangnya masing-masing.

Interaksi ini memberikan peluang besar bagi penulis untuk membangun hubungan profesional yang positif. Dengan bersikap aktif, kooperatif, dan menunjukkan etos kerja yang baik, penulis berupaya meninggalkan kesan positif selama masa magang. Hubungan yang terjalin ini tidak hanya bersifat sementara, melainkan dapat menjadi fondasi jangka panjang untuk menjalin komunikasi yang berkelanjutan. Dalam banyak kasus, pengalaman magang yang berkesan dapat membuka pintu kesempatan untuk mendapatkan surat rekomendasi, informasi lowongan kerja internal, atau bahkan tawaran pekerjaan langsung setelah lulus kuliah.

4. Mengimplementasikan Ilmu dan Teori Perkuliahan ke Dunia Kerja Nyata

Salah satu tujuan fundamental dari kegiatan magang ini adalah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan ilmu dan teori pemasaran yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata. Magang menjadi wadah untuk membuktikan sejauh mana teori-teori akademik dapat bekerja dan relevan ketika dihadapkan pada tantangan praktis di lapangan, khususnya dalam sektor jasa keuangan seperti perbankan.

Beberapa teori penting yang berhasil penulis terapkan selama magang di antaranya adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), yang mencakup empat elemen utama: produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam konteks Bank XYZ, penulis mengamati dan terlibat dalam aktivitas promosi produk tabungan dan

kartu kredit, di mana strategi komunikasi pemasaran harus disesuaikan dengan segmentasi pasar dan kebutuhan spesifik nasabah. Penulis juga mengenali penerapan strategi pemasaran langsung dan pendekatan *personal selling* yang digunakan dalam menjangkau calon nasabah secara langsung melalui *event marketing* atau *canvassing*.

Selain itu, penulis juga menerapkan pemahaman dari analisis perilaku konsumen, seperti mengenali faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk perbankan tertentu. Pengetahuan ini sangat bermanfaat ketika penulis harus menjelaskan keunggulan suatu produk, menyesuaikan cara komunikasi dengan profil konsumen, serta menangani keberatan atau pertanyaan dari calon nasabah.

5. Menambah Wawasan Tentang Dunia Perbankan dan Layanan Jasa Keuangan

Sebagai mahasiswa yang berasal dari jurusan marketing, magang di industri perbankan seperti Bank XYZ memberikan nilai tambah yang sangat signifikan dalam memperluas wawasan penulis, khususnya mengenai sektor jasa keuangan yang memiliki dinamika berbeda dengan sektor barang konsumsi atau industri lainnya. Industri perbankan dikenal sebagai sektor yang sarat regulasi, penuh kehati-hatian, serta sangat mengandalkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan pelayanan.

Selama menjalani magang, penulis mendapatkan banyak pengetahuan mengenai struktur organisasi perbankan, proses penjualan produk keuangan, strategi promosi layanan digital, serta pentingnya transformasi digital dalam menjawab kebutuhan masyarakat modern. Penulis belajar bahwa penjualan produk jasa keuangan tidak bisa dilakukan dengan pendekatan yang sama seperti menjual produk fisik, karena keputusan finansial konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi risiko, kepercayaan terhadap brand, serta kemudahan akses layanan.

Penulis juga mendapat pemahaman mendalam mengenai bagaimana Bank XYZ merespons perubahan teknologi melalui digitalisasi produk dan layanan,

seperti pengembangan aplikasi Livin', sistem e-money, serta kerja sama dengan e-commerce dan merchant. Digitalisasi ini bukan hanya bertujuan untuk efisiensi, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman layanan yang lebih cepat, aman, dan mudah dijangkau oleh berbagai segmen masyarakat.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang dilaksanakan 5 bulan ataupun 152 hari kerja, diawali dari tanggal 17 Februari 2025 hingga 17 Juli 2025. Program magang ini berlangsung di PT. Bank XYZ (Persero), Tbk cabang Ahmad Yani Jalan Jend. Ahmad Yani No.9 Sukarasa, Tangerang Sukarasa Tangerang, RT.005/RW.001, Sukaasih, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15111.

Magang berjalan dari hari Senin s/d Jumat, jam kerja yang diawali dari jam 07.30 s/d 16.30 WIB. Selama periode ini, peneliti diletakkan di divisi Sales Generalis Konsumtif serta dibimbing langsung oleh Ibu Haryanti, yang menjabat sebagai Branch Sales Manager. Bimbingan yang diberikan Ibu Haryanti sangat berharga dalam membantu penulis memahami berbagai aspek marketing serta sales dalam perusahaan serta meningkatkan keterampilan praktis di sektor ini.

Prosedur pelaksanaan kerja magang merupakan serangkaian langkah administratif dan teknis yang harus ditempuh mahasiswa sebelum, selama, dan sesudah menjalani program magang. Setiap tahap memiliki fungsi dan tujuan tersendiri guna memastikan kelancaran serta keberhasilan kegiatan magang sebagai bagian dari proses pembelajaran berbasis pengalaman. Adapun tahapan pelaksanaan kerja magang di PT Bank XYZ Tbk adalah sebagai berikut:

Pengajuan kerja magang

(Pengiriman CV ke departemen Human Resource Perusahaan)

Wawancara Perusahaan

(Bersama General Manager & Membahas jobdesk)

Pengajuan Formulir (KM-01)

(Untuk mendapatkan surat kerja magang)

Pelaksanaan Kerja Magang

(Dilakukan selama 5 bulan)

Pembuatan Laporan Magang

(Dibimbing oleh Dosen yang sudah ditunjuk oleh Universitas)

Kelengkapan Laporan Magang

(Pengisian Formulir dan Sidang Magang untuk memperoleh nilai)

1. Pengajuan Kerja Magang

Tahap pertama adalah pengajuan *Curriculum Vitae* (CV) kepada pihak perusahaan sebagai dokumen utama untuk melamar posisi magang. CV ini memuat informasi personal, latar belakang pendidikan, pengalaman organisasi, keterampilan, serta motivasi singkat. Penulis menyusun CV dengan memperhatikan tata letak profesional, kejelasan informasi, dan penyesuaian terhadap posisi yang dilamar, yaitu di bidang *Sales Generalis* dan *Marketing Activities*. CV menjadi bahan pertimbangan awal bagi perusahaan untuk menilai kecocokan kandidat terhadap posisi yang tersedia.

2. Wawancara Seleksi

Setelah CV diterima dan lolos seleksi administrasi, penulis mengikuti tahap wawancara dengan pihak Bank XYZ. Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai motivasi penulis, kemampuan komunikasi, pemahaman dasar tentang dunia perbankan, serta kesiapan mental dan etika kerja. Selain itu, wawancara juga menjadi ajang bagi pihak perusahaan untuk menjelaskan ekspektasi selama masa magang dan menilai potensi kontribusi dari mahasiswa.

3. Pengisian dan Pengajuan Formulir KM-01

Formulir KM-01 merupakan dokumen resmi yang digunakan oleh universitas sebagai bukti bahwa mahasiswa telah diterima di tempat magang dan sebagai bagian dari proses administratif akademik. Formulir ini mencakup informasi mengenai tempat magang, waktu pelaksanaan, serta data pembimbing lapangan. Setelah diisi dan ditandatangani oleh pihak perusahaan serta pembimbing akademik, formulir ini dikumpulkan kembali ke bagian kemahasiswaan sebagai arsip dan syarat legalitas pelaksanaan magang.

4. Pelaksanaan Magang

Tahap ini merupakan inti dari seluruh prosedur, di mana penulis menjalankan kegiatan magang selama periode yang telah ditentukan. Selama pelaksanaan magang, penulis terlibat dalam aktivitas promosi produk keuangan, pelayanan kepada nasabah, serta mendukung berbagai kegiatan pemasaran di kantor cabang. Penulis juga berinteraksi dengan tim sales, marketing, serta staf bank lainnya untuk memahami alur kerja dan budaya organisasi. Pengalaman ini menjadi sarana utama untuk menerapkan teori yang telah dipelajari selama kuliah ke dalam praktik nyata.

5. Penyusunan Laporan Magang

Setelah menyelesaikan periode magang, penulis diwajibkan untuk menyusun laporan magang sebagai bentuk dokumentasi dan evaluasi terhadap seluruh proses yang telah dijalani. Laporan ini mencakup latar belakang, tujuan, kegiatan harian, pembahasan tugas yang diberikan, refleksi pembelajaran, hingga kesimpulan dan saran. Penyusunan laporan bertujuan untuk mengintegrasikan pengalaman praktis dengan landasan teori yang relevan serta menunjukkan kemampuan.