

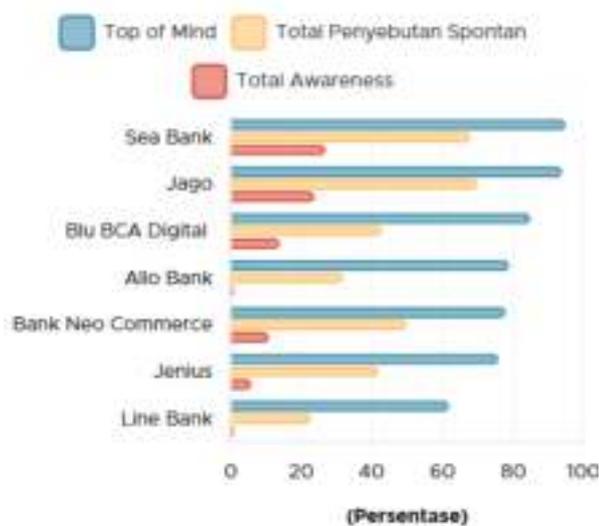
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi katalisator utama bagi transformasi digital di berbagai sektor industri, termasuk perbankan (Rogers, 2016). Fenomena ini kian dipercepat oleh pandemi COVID-19, yang memicu adopsi masif transaksi non-tunai dan digital sebagai respons terhadap pembatasan aktivitas fisik dan kebutuhan akan *physical distancing*. Studi oleh Bank Indonesia (2024) menunjukkan lonjakan signifikan dalam aktivitas perbankan digital, dengan nilai transaksi *digital banking* mencapai lebih dari Rp 5 kuadriliun pada Januari 2024, tumbuh 17,19% *year-on-year* (yoy). Selain itu, transaksi menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) juga mengalami peningkatan lebih dari 100%, mencapai Rp 31,65 triliun pada periode yang sama (Bank Indonesia, 2024). Data ini mengindikasikan pergeseran perilaku konsumen yang fundamental menuju preferensi layanan perbankan digital, menuntut institusi keuangan untuk berinovasi dan beradaptasi.

Penguatan ekosistem perbankan digital di Indonesia juga didukung oleh kerangka regulasi yang adaptif. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Digital menjadi landasan legal yang memungkinkan bank untuk beroperasi secara full-digital, terutama melalui saluran elektronik tanpa ketergantungan pada kantor fisik yang ekstensif. Regulasi ini mendorong munculnya pemain-pemain baru serta transformasi digital pada bank konvensional. Riset Katadata (2024) lebih lanjut menggarisbawahi tren ini, melaporkan bahwa nilai transaksi bank digital di Indonesia telah meningkat sebesar 158% dalam lima tahun terakhir, mencapai Rp 5.507 triliun per April 2023. Kondisi ini menciptakan lingkungan industri yang sangat kompetitif, di mana strategi bisnis, inovasi produk, dan pengembangan kemitraan menjadi elemen krusial untuk mempertahankan pangsa pasar dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan (Porter, 1980).



Gambar 1.1 Performa Bank Digital di Indonesia Tahun 2024

Sumber:

Populix

(2024)

Penelitian yang dilakukan oleh lembaga survey Populix menjabarkan bahwa pada tahun 2024. SeaBank menjadi yang pertama dalam kategori perbankan digital di Indonesia berbanding dengan bank digital lainnya seperti Bank Jago, blu by BCA Digital, Jenius, dan lainnya. SeaBank juga disebut dipilih oleh 57% responden yang digunakan dalam 1 bulan terakhir oleh responden. Bank Jago unggul di posisi kedua dikenal dengan integrasi yang kesuksesan transaksinya cukup tinggi di aplikasi lain. Sedangkan, blu by BCA Digital dapat menjadi daya tarik dikarenakan layanan pelanggan yang responsive serta fitur yang cukup lengkap sehingga tingkat *awareness* yang cukup tinggi.

Dengan dominasi 3 bank digital tersebut yang juga didukung sebagai anak perusahaan maupun kolaborasi finansial yang cukup massif menjadi daya tarik bagi generasi muda untuk semakin melek literasi keuangan. Bank digital terus berinovasi pada setiap produk untuk bisa menjawab kebutuhan nasabah masing-masing maupun untuk semakin menciptakan ekosistem digital di masyarakat. Dalam lanskap industri yang dinamis ini, PT Bank Digital (BCA Digital) menjadi entitas menarik sebagai salah satu pelopor bank digital di Indonesia. Sebagai anak perusahaan dari Bank Central Asia (BCA), bank swasta terbesar di Indonesia yang memiliki reputasi kuat sejak berdiri pada tahun 1957 (BCA, 2023), BCA Digital memiliki fondasi kredibilitas yang solid untuk berinovasi dalam ranah *digital banking*. Melalui aplikasi *mobile*

*banking* blu, yang diluncurkan pada tahun 2021, BCA Digital berupaya menyediakan solusi perbankan digital yang komprehensif dan relevan dengan kebutuhan nasabah modern. BCA Digital telah memiliki lebih dari 2.4 juta nasabah dengan laba bersih 108,0 Miliar atau terjadi kenaikan 134,5% (YoY) (Annual Report, 2024) menunjukkan bahwa BCA Digital sedang dalam fase krusial untuk memperkuat strategi bisnis dan penetrasi pasar.

Dinamika industri perbankan digital ini juga menciptakan peluang dan tantangan baru bagi pengembangan sumber daya manusia di bidang keuangan. Kebutuhan akan talenta yang memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi digital, analisis data, pengalaman pengguna (UX), serta kemampuan dalam *business development* dan manajemen kemitraan menjadi sangat krusial (Capgemini & Efma, 2023). Seperti yang kita tahu dalam memperoleh pelanggan baru dibutuhkan sosok komunikator handal yang dapat menjadi jembatan antara perusahaan dengan pelanggan. *Business development* menjadi daya tarik sendiri bagi penulis karena posisi ini dituntut untuk bisa mengkreasi nilai jangka panjang melalui strategi komunikasi yang tepat untuk jalinan kerjasama maupun memperkenalkan produk PT Bank Digital BCA lebih luas lagi. Keahlian komunikasi menjadi penting di posisi ini untuk bisa memaksimalkan negosiasi serta memperoleh kerjasama sebanyak-banyaknya sehingga penulis memutuskan untuk melakukan praktik magang sebagai *business development* bagian B2B2C di PT Bank Digital BCA di dalam divisi *digital business*. Posisi ini berfokus mengimplementasikan strategi komunikasi secara B2B yang akan juga mempengaruhi secara B2C dalam produk yang ditawarkan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Pada kesempatan melakukan kerja magang di PT Bank Digital BCA yang penulis lakukan tersebut memiliki tujuan untuk memenuhi kriteria kelulusan dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara untuk jenjang Sarjana 1. Di samping itu, praktik kerja magang tersebut juga menjadi wadah bagi pekerja magang untuk menggali pemahaman yang lebih luas di dunia profesional, khususnya dalam dunia perbankan. Dalam pelaksanaan 640 jam kerja magang, penulis memiliki tujuan yaitu:

- 1) Mendapatkan pengalaman kerja profesional sesuai *business development* (B2B2C) berdasarkan mata kuliah yang sudah dipelajari dari Program Studi Komunikasi Strategis (Ilmu Komunikasi) di Universitas Multimedia Nusantara ke dalam situasi kerja sebenarnya.
- 2) Mengasah dan menambah *soft skill* dan *hard skill* yang dibutuhkan dalam industri komunikasi khususnya pada aktivitas *business development* (B2B2C).
- 3) Mempelajari *business model* serta *business process* yang terjadi di PT Bank Digital BCA.
- 4) Mengembangkan jejaring dengan profesional dalam perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya.
- 5) Mendapatkan pengalaman berkarir di korporasi yang besar.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan Magang Track 1 dilakukan sesuai dengan ketentuan waktu yang telah ditetapkan oleh Kampus Merdeka dan arahan dari Program Studi. Ini mencakup total waktu kerja minimal 640 jam, di mana 207 jam dialokasikan untuk penyusunan laporan magang, serta sesi bimbingan dengan dosen pembimbing. Untuk mencapai target 640 jam kerja magang, peserta magang harus mematuhi aturan yang ditetapkan oleh Bank Digital BCA, dengan menjalani jam kerja harian selama 8 jam. Berikut adalah rincian jadwal pelaksanaan dan tata cara atau aturan kerja magang di PT Bank Digital BCA.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang berlangsung selama periode 6 bulan, dimulai pada 6 Januari 2025, dan berakhir pada 5 Juli 2025 di PT Bank Digital BCA. Waktu kerja di Bank Digital BCA berlangsung dari hari Senin sampai Jumat, dimulai pada pukul 09.00 dan berakhir pada pukul 18.00, dengan waktu istirahat dari pukul 12.00 hingga 13.00. Seluruh aktivitas dilakukan secara konsisten di

The City Tower, Lantai 11, Jakarta Pusat sesuai dengan sistem *Work from Office* (WFO) dan *Work from Home* (WFH).

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
2. Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
3. Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
4. Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
5. Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

1. Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 22 November 2024 yang diberikan oleh pihak Bank Digital BCA serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
2. Melakukan proses wawancara pada tanggal 23 November 2024 selama 40 menit bersama pihak *human resources*, dan 3 *supervisor* dari PT Bank Digital BCA.

3. Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Bank BCA Digital dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi lembaga pada tanggal 23 November 2024 dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 29 November 2024 yang ditanda tangani oleh Ketua divisi *People & Culture* Vera Melijana.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *business development* (B2B2C) pada *Departemen Digital Business*.
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Business development* Gabriella Rustandar selaku Pembimbing Lapangan.
3. Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Irwan Fakhruddin selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
2. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.