LAPORAN MAGANG PT. BPR SURYAMAS SURAKARTA

RINGKASAN LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

ROSMAULLY CATHLEEN BORU SITANGGANG

2119 30769

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

DESEMBER 2022

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG PT. BPR SURYAMAS SURAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ROSMAULLY CATHLEEN BORU SITANGGANG

Nomor Induk Mahasiswa: 211930769

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 26 Desember 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Tri Hendro Sigit Prakoso, S.E., M.B.A.	Heni Kusumawati, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 26 Desember 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LAPORAN MAGANG PT. BPR SURYAMAS SURAKARTA

(Studi Lapangan di PT. BPR Suryamas Surakarta)

ROSMAULLY CATHLEEN BORU SITANGGANG

STIE YKPN

Jalan Seturan, Yogyakarta, 55281

E-mail: rosmaullycathleen@gmail.com

ABSTRACT

The author's interest in marketing to banking financial institutions, especially in Rural Bank (BPR) brought the author to carry out an internship at PT. BPR Suryamas Surakarta. The author carried out an internship for 3 months from September 12 2022 to December 12 2022. During the internship the author gained knowledge about the marketing process starting from finding customers to disbursing and digital marketing processes.

The implementation of the internship provides a lot of new experiences and knowledge that the author has never gotten during lectures. The author's hope from the implementation of the internship is to be able to prepare themselves to face the real world of work.

Keywords*: Rural Bank, Marketing, Digital Marketing*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Sektor perbankan telah mengalami perkembangan yang baik dari segala sisi seiring berjalannya waktu, maka dari itu diperlukan perubahan terus menurus serta menggunakan strategi yang tepat agar mampu menghadapi segala tuntutan yang ada pada sektor perbankan.

Pada suatu perusahaan, pemasaran merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan berpengaruh karena aktivitas pemasaran diarahkan untuk memperoleh pendapatan suatu perusahaan agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaannya. Tujuan tersebut akan tercapai jika dalam melaksanakan usahanya diiringi dengan perencanaan pemasaran yang tepat, dengan perencanaan pemasaran yang tepat maka perusahaan dapat memaksimalkan potensi sumber daya manusia yang ada.

Menurut Kotler (2009), pemasaran yaitu fungsi organisasi serta serangkaian proses untuk menghasilkan, menyampaikan, memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Pemasaran secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen (Nerkar & Roberts, 2004) lalu menentukan kemungkinan adanya pembelian (Leenders & Wierenga, 2008). Iklan yang tepat mampu mengubah sikap konsumen terhadap suatu produk (Petty *et al*.,1983) serta dapat menurunkan persepsi risiko produk (Kopalle & Lehmann, 2006). Berdasarkan konsep pemasaran tersebut lalu diadopsi pada sistem pemasaran digital. Sejak adanya komputer pada tahun 1990 dan internet sekitar tahun 2000, proses adopsi pemasaran kedalam dunia digital telah tersebar ke berbagai negara dan telah memiliki peningkatan pengguna hingga saat ini.

Berdasarkan riset DataReportal jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022 angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021. Angka ini setara dengan 68,9 persen dari total populasi di Indonesia yaitu 277,7 juta hingga Januari 2022.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peningkatan jumlah perusahaan pengguna pemasaran digital memperlihatkan bahwa pemasaran digital memiliki banyak manfaat.

Menurut Sawicki, A. (2016), pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital untuk memajukan tujuan bisnis dengan mengembangkan saluran untuk menjangkau calon penerima. Pemasaran digital adalah praktik mempromosikan barang atau merek menggunakan satu atau lebih media elektronik. Dengan pemasaran digital, perusahaan dapat mengirim konten yang disesuaikan ke penerima tertentu.

PT. BPR Suryamas Surakarta merupakan industri perbankan yang seluruh kegiatannya dilakukan secara konvensional, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. PT. BPR Suryamas Surakarta melakukan kegiatan menghimpun dana nasabah, memberi kredit, menyediakan pembiayaan dan penempatan dana sesuai ketentuan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan.

Berdasarkan pemamparan yang telah disampaikan diatas dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis memilih melaksanakan kegiatan magang di PT. BPR Suryamas Surakarta karena penulis ingin mendalami dunia kerja perbankan dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan serta dapat merasakan dunia kerja sesungguhnya.

PROFIL ORGANISASI

PT. BPR Suryamas awalnya bernama PT. BPR Dana Setya. Perusahaan tersebut bergerak di bidang jasa keuangan, yang didirikan pada tanggal 3 Desember 1994 berdasarkan Akta No.2 dari Soehartinah Ramli, SH notaris di Surakarta dan diperbaharui dengan Akta No. 10 tertanggal 10 Juni 1995 yang dibuat dihadapan Notaris serta akta tertanggal 9 Desember 1995 No. 93 yang dibuat

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dihadapan Notaris Budi Maknawi, SH di Surakarta. Akta tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan surat keputusan No. 02-4630 HT.01.01 Tahun 1996.

PT. BPR Suryamas merupakan hasil akuisisi dari PT. BPR Dana Setya dengan akta tertanggal 10 Maret 2008 Nomor 2 yang dibuat dihadapan Notaris Soeboko, SH di Sukoharjo. PT. BPR Suryamas telah melakukan beberapa perubahan, yang terakhir adalah melakukan perubahan terhadap akta Berita Acara Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT. Bank Perkreditan Rakyat Suryamas tertanggal 28 Agustus 2018 No.43 yang dibuat oleh Dyah Arum Purnamasari, SH. MKn di Kabupaten Demak. PT. BPR Suryamas berfokus pada pelayanan masyarakat yang berdomisili di perkotaan serta pedesaan, yang mayoritas merupakan golongan menengah kebawah dan mayoritas belum dijangkau pelayanan perbankan. PT. BPR Suryamas berhadap dengan menyediakan pelayanan jasa perbankan, diharapkan dapat memberi dampak positif untuk peningkatan perekonomian masyarakat pedesaan serta daerah.

PT. BPR Suryamas Surakarta memiliki visi menjadi BPR yang sehat, besar, kuat, serta memiliki misi menghimpun dana berupa tabungan dan deposito untuk disalurkan dalam bentuk kredit kepada masyarakat.

AKTIVITAS MAGANG

1. Pantauan Kegiatan Lapangan

Pantauan kegiatan lapangan yaitu memantau kegiatan yang dilakukan *marketing* dilapangan dan menginput hasil kegiatan *marketing* tersebut. Hal yang diinput yaitu, nama dan divisi *marketing*, jam marketing tersebut melaporkan hasil kegiatan lapangannya, daerah *marketing* tersebut melakukan kegiatannya, nama nasabah yang ditemui, dan hasil dari kegiatan lapangan *marketing*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tersebut. Kemudian, data pantauan kegiatan lapangan digunakan untuk memantau perkembangan nasabah tersebut dan memantau kegiatan *marketing* dilapangan.

2. Membuat Konten Digital *Marketing*

Pada digital *marketing*, penulis membuat beberapa konten yaitu konten edukasi dan konten untuk promosi produk. Konten tersebut berupa gambar dan video. Konten digital marketing akan disebarkan melalui akun media sosial PT. BPR Suryamas.

3. Mencari *Database* Calon Nasabah

Database calon nasabah didapatkan melalui media sosial baik instagram maupun google. Kegiatan ini digunakan untuk mendata nama usaha, alamat, dan nomor whatsapp usaha tersebut yang nantinya *database* tersebut akan digunakan oleh *marketing* untuk menawarkan produk dari PT. BPR Suryamas.

4. Membuat Peta Potensial

Kegiatan ini yaitu untuk menganalisis potensi dari suatu wilayah. Pada peta ini akan didata jumlah pertokoan, pasar, minimarket atau swalayan, toko atau warung kelontong, rumah makan atau restoran, warung atau kedai makan, serta hotel atau penginapan pada wilayah tertentu. Peta potensial digunakan untuk penentuan lokasi pembukaan kantor kas yang potensial maupun untuk penentuan lokasi yang cocok untuk *marketing* lapangan mencari nasabah.

5. *Pickup* Tabungan Nasabah

Penulis mengunjungi beberapa nasabah yang ada di pasar tradisional dan rumah makan. Lalu mengambil setoran tabungan nasabah dan mendatanya dibuku tabungan dan slip setoran secara manual yang kemudian akan di input *teller* pada saat kembali ke kantor.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

6. Mengantar Perpanjangan Deposito

Tiap harinya akan ada data tanggal jatuh tempo deposito yang kemudian pemberitahuan mengenai perpanjangan deposito tersebut akan penulis kirimkan kepada nasabah beserta bunga deposito jika bunga deposito tunai dan kemudian penulis akan melakukan *follow up* kepada nasabah dan meminta rekomendasi untuk prospek calon nasabah.

7. Prospek

Setiap harinya penulis akan melakukan penawaran produk ke lapangan. Dapat dikatakan prospek jika calon nasabah tersebut berminat dengan produk yang penulis tawarkan.

8. Mengantar Penarikan Tabungan

PT. BPR Suryamas melayani penarikan tabungan tunai maupun transfer. Jika ada penarikan secara tunai maka penulis akan mengantar penarikan tabungan tersebut yang sebelumnya nasabah sudah melakukan order untuk penarikan tabungan dan menandatangani slip penarikan tabungan.

9. Membuat Surat Penawaran

Penulis membuat surat penawaran untuk *database marketing,* koperasi, dan hotel. Surat tersebut berisi penawaran mengenai produk kredit dan deposito.

10. *Survey* Jaminan

Penulis melakukan *survey* jaminan calon debitur dengan *marketing*, *team leader*, kabag *marketing*, dan *analyst*. *Survey* jaminan dilakukan untuk menilai kelayakan jaminan dan untuk menentukan harga plafon yang disetujui. Setelah melakukan *survey* jaminan, penulis mengunjungi perangkat desa untuk mengecek harga jaminan tersebut.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

11. Pemberkasan Deposito

Pemberkasan deposito dilakukan setiap tanggal jatuh jempo deposito nasabah, untuk mendata perpanjangan deposito tersebut dan jumlah deposito beserta bunganya. Pemberkasan deposito dilakukan secara manual.

12. Memverifikasi Data Nasabah Dari Dukcapil

Penulis memverifikasi data fisik berupa KTP dan KK dengan data yang ada di dukcapil. Jika ada perbedaan data fisik harus disesuaikan terlebih dahulu ke dukcapil. Verifikasi data nasabah dilakukan setelah berkas permohonan kredit diserahkan oleh *marketing*.

13. Membuat Surat Peringatan

Penulis membuat surat peringatan untuk nasabah yang menunggak pembayaran angsuran selama 7 hari untuk surat peringatan masing-masing surat peringatan 1 sampai 3 memiliki jarak 7 hari.

14. Mengisi Register Calon Debitur

Setelah *merketing* menyerahkan berkas permohonan kredit dan dilakukan verifikasi data nasabah maka selanjutnya penulis akan mendata calon debitur tersebut untuk mendapatkan nomor register guna melakukan pengecekan SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan).

15. Mencetak Eksposur Kredit

Penulis akan mencetak tagihan debitur yang diajukan oleh bagian penagihan. Eksposur kredit berisi data lengkap rincian kredit nasabah.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LANDASAN TEORI

Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat merupakan lembaga keuangan yang melayani simpanan dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lain yang serupa dengan itu, serta menyalurkan dana kedalam bentuk kredit atau dalam bentuk upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat yang menjalankan usahanya melalui prinsip konvensional maupun syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Menurut Budisantoso (2013) Kegiatan Bank Perkreditan Rakyat yaitu menghimpun dana masyarakat kedalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan bentuk lain yang serupa dengan itu, memberi kredit, menyediakan pembiayaan serta penempatan dana dengan berdasarkan prinsip syariah dan peraturan Bank Indonesia, dan menempatkan dana kedalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia, tabungan, serta deposito berjangka pada bank lain. Bank Perkreditan Rakyat juga memiliki kegiatan yang tidak dapat dilakukan yaitu menerima simpanan dalam bentuk giro, melaksanakan kegiatan usaha dalam valuta asing, melakukan penyertaan modal dan perasuransian, serta melaksanakan usaha lain diluar kegiatan usaha yang ada.

Dalam memberikan kredit kepada nasabah Bank Perkreditan Rakyat melakukan penilaian berdasarkan analisis 5C dan 7P (Abdullah dan Tantri 2014). Analisis 5C yaitu *Character* (Kepribadian), *Capacity* (Kemampuan), *Capital* (Modal), *Collateral* (Jaminan), dan *Condition* (kondisi). Sedangkan Analisi 7P yaitu *Personality*, *Party*, *Purpose*, *Prospect*, *Payment*, *Profitability*, dan *Protection*.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pemasaran

Menurut Kotler (2009), pemasaran yaitu fungsi organisasi serta rentetan proses untuk menghasilkan, menyampaikan, memberikan nilai kepada pelanggan, serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Pada prinsipnya terdapat lima strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, integrasi, dan diversifikasi

Pemasaran Digital

Menurut Sawicki, A. (2016), pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital untuk memajukan tujuan bisnis dengan mengembangkan saluran untuk menjangkau calon penerima. Pemasaran digital adalah praktik mempromosikan barang atau merek menggunakan satu atau lebih media elektronik. Dengan pemasaran digital perusahaan dapat mengirim konten yang disesuaikan ke penerima tertentu.

Pemasaran Digial memiliki tren yang setiap tahunnya mengalami perubahan, pada tahun 2020 tren pemasaran digital yang banyak digunakan oleh *marketer* yaitu *artificial intelligence (AI)*, personalisasi iklan, *influencer*, konten pemasaran, *stories* di media sosial, periklanan digital, dan video pemasaran

Pemasaran digital memiliki beberapa langkah strategi yaitu pengembangan aset digital, meningkatkan kunjungan *website*, optimasi akun media social, pemasaran melalui email, dan pesan siaran.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis

Dalam pelaksanaan aktivitas magang di PT. BPR Suryamas pada 12 September sampai dengan 12 Desember 2022 penulis menemukan beberapa masalah. Beberapa masalah tersebut yaitu:

1. Strategi pemasaran digital yang kurang tepat dan kurang bervariasi

Pada saat melaksanakan kegiatan magang, selama kurang lebih 1 bulan penulis ditempatkan pada divisi pemasaran digital. Pada era globalisasi saat ini, pemasaran digital memiliki pengaruh yang besar pada suatu usaha. Namun, pada PT. BPR Suryamas strategi pemasaran digital yang digunakan yaitu menjaring nasabah dengan rutin mengunggah konten edukasi, hari besar, serta testimoni nasabah dan jusru jarang mengunggah konten terkait produk-produk PT. BPR Suryamas. Untuk promosi produk lebih sering dilakukan oleh *marketing* lapangan, sehingga divisi pemasaran digital tidak melakukan kegiatan promosi PT. BPR Suryamas dengan maksimal.

2. Kesulitan untuk mendapatkan nasabah

Penulis mengalami kendala untuk mendapatkan nasabah karena sulit untuk membangun kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah sulit dibangun dikarenakan sistem yang digunakan masih manual, tidak seperti bank lain yang sudah terotomatisasi oleh sistem. Dilapangan calon nasabah kurang percaya jika pendataan pada saat menabung dilakukan secara manual tidak langsung terhubung dengan sistem, calon nasabah memiliki kekhawatiran jika dana yang disetorkan tidak terhubung langsung dengan sistem. Sudah beberapa kali divisi *funding* mengajukan pengadaan sistem yang terotomatisasi namun belum mendapatkan persetujuan dari direksi.

Penulis juga kesulitan mendapatkan nasabah baru dikarenakan divisi *funding* hanya memiliki 1 karyawan, dimana jika mencari nasabah baru maka karyawan pada divisi *funding* tersebut akan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kesulitan melakukan pekerjaannya dikarenakan jumlah nasabah yang terlalu banyak sedangkan yang ada pada divisi tersebut hanya 1 karyawan saja.

3. Strategi pemasaran kurang tepat dan efektif

Branding pada tampilan bangunan PT. BPR Suryamas yang seperti tidak terdapat spanduk terkait promosi produk PT. BPR Suryamas, papan nama yang kurang terlihat, dan lokasi yang kurang strategis sehingga nasabah tidak menyadari keberadaan PT. BPR Suryamas.

PT. BPR Suryamas memberikan spanduk untuk para pedagang yang merupakan nasabah pada PT. BPR Suryamas. Namun banyak spanduk pedagang yang sudah rusak dan tidak terlihat lagi, namun saat divisi *funding* mengajukan pergantian spanduk baru untuk para pedagang, divisi *funding* tidak mendapatkan persetujuan dari direksi.

4. Kurangnya karyawan divisi pemasaran digital dan *funding*

Pada divisi pemasaran digital dan *funding* hanya terdapat 1 karyawan saja, sedangkan banyak pekerjaan yang harus dilakukan sehingga pekerjaan pada divisi tersebut tidak berjalan dengan maksimal.

5. Fasilitas karyawan yang terbatas

Fasilitas yang terbatas pada PT. BPR Suryamas seperti meja, kursi, komputer, dan printer menghambat pekerjaan karena harus bergantian saat ingin menggunakan komputer dan printer dan prasarana yang kurang mendukung seperti lahan parkir yang kurang.

6. Penulis kesulitan melakukan pekerjaan

Penulis kesulitan melakukan pekerjaan karena karyawan yang sibuk dengan pekerjaan masing-masing sehingga penulis harus inisiatif meminta pekerjaan kebeberapa divisi dan menunggu instruksi dari para karyawan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pembahasan

Berdasarkan beberapa masalah yang dihadapi penulis selama kegiatan magang, berikut pembahasan yang menjadi solusi:

1. Strategi pemasaran digital yang kurang tepat dan kurang bervariasi

Pada pemasaran digital banyak strategi yang dapat digunakan secara optimal. Menurut penulis, strategi pemasaran melalui pemasaran digital akan lebih optimal jika konten edukasi dan promosi dilakukan dengan seimbang, tidak lebih banyak mengunggah konten edukasi saja, yang menyebabkan strategi pemasaran kurang tepat sasaran dan lebih terlihat seperti akun edukasi bukan akun perbankan karena minimnya konten mengenai produk simpanan dan pinjaman.

2. Kesulitan mendapatkan nasabah

Menurut penulis, menggunakan sistem yang terotomatisasi memiliki prospek yang sangat baik kedepannya, dengan sistem tersebut akan membantu divisi *funding* untuk mendapatkan calon nasabah dan calon nasabah tersebut akan memiliki rasa percaya terhadap produk simpanan pada PT. BPR Suryamas. Dengan sistem yang terotomatisasi juga meminimalisir terjadinya kesalahan penulisan.

3. Strategi pemasaran yang kurang tepat dan efektif

Menurut penulis, papan nama, spanduk, dan lokasi yang strategis merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif. Papan nama yang tidak terlihat serta tidak adanya spanduk yang menarik membuat orang tidak mengetahui keberadaan bank tersebut dan tidak memiliki ketertarikan pada bank tersebut. Lokasi yang strategis juga memudahkan nasabah untuk menemukan dan menjangkau suatu perusahaan

Kualitas spanduk pada pedagang juga dapat membuat bank tersebut dikenal dengan khalayak luas. Jika kualitas spanduk tersebut kurang baik maka tidak dapat terlihat oleh khalayak umum,

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ditambah desain yang kurang menarik maka khalayak umum tidak memiliki ketertarikan untuk melihat spanduk tersebut.

4. Kurangnya karyawan divisi pemasaran digital dan *funding*

Dikutip dari penelitian Febrianti (2013), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan seperti latar belakang pendidikan tidak sesuai, komitmen karyawan rendah, motivasi karyawan rendah, karyawan kurang disiplin, serta tingginya beban kerja. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu beban kerja. Beban kerja yakni kumpulan kegiatan yang harus diselesaikan oleh suatu unit organisasi dalam waktu yang telah ditentukan. Banyaknya tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada seorang karyawan menyebabkan hasil yang dicapai menjadi kurang maksimal karena karyawan hanya mempunyai waktu yang terbatas untuk menyelesaikan banyak tugas. Apabila hal ini sering terjadi, maka akan berdampak pada kinerja karyawan itu sendiri.

Menambah jumlah karyawan pada divisi *funding* juga dapat membantu perkembangan PT. BPR Suryamas kedepannya. Jika jumlah karyawan bertambah maka jumlah nasabah juga dapat bertambah dan area pemasaran pun lebih luas juga.

5. Fasilitas karyawan yang terbatas

Menurut Koyong (2011), fasilitas kerja merupakan suatu bentuk pelayanan perusahaan terhadap karyawan guna menunjang kinerja dalam memenuhi kebutuhan karyawan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Terbatasnya fasilitas karyawan dapat menghambat pekerjaan suatu karyawan dan berkurangnya disiplin kerja karyawan. Fasilitas kerja karyawan yang disediakan sebaiknya disesuaikan dengan pekerjaan karyawan dan tidak menghambat pekerjaan karyawan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

6. Penulis kesulitan melakukan pekerjaan

Saat *briefing* tiap pagi sebaiknya diberikan pengarahan terkait kegiatan yang akan dilakukan oleh karyawan dan disesuaikan dengan kebutuhan peserta magang sehingga peserta magang tidak kesulitan saat akan melakukan pekerjaannya.

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI

Kesimpulan

Penulis telah melaksanakan kegiatan magang pada PT. BPR Suryamas Surakarta sejak tanggal 12 September 2022 hingga 12 Desember 2022 dengan jangka waktu tiga bulan. Selama pelaksanaan kegiatan magang penulis memperoleh pengalaman yang relevan dengan mata kuliah yang diambil selama perkuliahan seperti manajemen pemasaran, komunikasi bisnis, bisnis pengantar, sistem informasi manajemen, bank dan lembaga keuangan lainnya, dan manajemen perubahan dan inovasi.

Penulis mendapatkan beberapa pengalaman penting selama melaksanakan kegiatan magang, antara lain:

1. Mendapatkan pengalaman pada divisi pemasaran digital seperti membuat konten, peta potensial, dan mencari *database* calon nasabah di media sosial.
2. Mengetahui alur kredit mulai dari mencari nasabah, *survey*, dan proses permohonan kredit sampai dengan pencairan kredit.
3. Mengetahui alur divisi *funding* mulai dari kegiatan rutin tiap harinya yaitu *pickup* tabungan nasabah, mengantar deposito, dan melakukan penawaran produk tabungan dilapangan
4. Penulis juga mendapat pengalaman pada divisi operasional yaitu melakukan pemberkasan deposito dan juga pada divisi auditing yaitu dengan melakukan pantauan kegiatan lapangan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rekomendasi

Rekomendasi Untuk PT. BPR Suryamas Surakarta

Pada setiap perusahan tentu memiliki kelebihan dan kekurangan, namun alangkah baiknya jika kelemahan pada perusahaan dapat diketahui dan dijadikan bahan untuk evaluasi guna kemajuan perusahaan. Berikut rekomendasi penulis selama melaksanakan kegiatan magang:

1. Alangkah lebih baik jika PT. BPR Suryamas menambah karyawan pada divisi *funding* dan pemasaran digital dikarenakan terbatasnya sumber daya manusia pada divisi tersebut agar pekerjaan yang ada dapat dikerjakan dengan maksimal dan karyawan tidak memiliki beban kerja yang berat.
2. Alangkah lebih baik jika PT. BPR Suryamas menambah dan memperbaiki fasilitas yang ada untuk kenyamanan karyawan saat bekerja dan meningkatkan produktivitas karyawan.
3. Memberikan arahan pekerjaan yang jelas kepada peserta magang sehingga peserta tidak kebingungan saat akan bekerja.
4. Memperbaiki atau menambah strategi *marketing* dan pemasaran digital agar memiliki dampak yang maksimal dan tepat sasaran.
5. Mempertimbangkan pengadaan sistem yang terotomatisasi.

Rekomendasi Untuk STIE YKPN

1. Membangun hubungan baik dengan PT. BPR Suryamas agar dapat menjalin kerjasama.
2. Melakukan pengawasan terhadap kegiatan magang mahasiswa secara berkala untuk mengetahui perkembangan dan memastikan tugas yang dikerjakan peserta magang relevan dengan jurusan yang ditempuh.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rekomendasi Untuk Mahasiswa

1. Memahami lingkungan kerja dengan baik agar mampu beradaptasi dengan baik.
2. Melaksanakan tugas yang diberikan dengan penuh tanggung jawab.
3. Menaati peraturan yang diberikan oleh perusahaan selama pelaksanaan magang.

Refleksi diri

Pada hari pertama melaksanakan magang penulis merasa bersemangat karena pertama kali akan merasakan dunia kerja. Pada hari pertama penulis kesulitan beradaptasi, namun seiring berjalannya waktu penulis mampu beradaptasi dengan baik dan mampu bekerjasama dengan baik.

Selama kegiatan magang penulis melakukan pekerjaan yang relevan dengan teori yang dipelajari semasa kuliah. Selama kegiatan magang juga penulis dapat mempraktekkan dengan baik teori yang didapatkan semasa kuliah.

Selama kurang lebih satu bulan penulis ditempatkan pada divisi pemasaran digital. Terdapat beberapa kendala selama berada pada divisi pemasaran digital, seperti kurangnya ide saat membuat konten, konten yang berkali-kali harus direvisi, kesulitan dalam mengumpulkan *database* calon nasabah karena sebagian besar sudah terdata, kewalahan saat mengerjakan pekerjaan karena terbatasnya jumlah karyawan pada divisi pemasaran digital.

Selain divisi pemasaran digital, penulis juga ditempatkan pada divisi *funding* dan *lending*. Pada divisi ini penulis pertama kali merasakan pekerjaan yang langsung terjun kelapangan yang sebelumnya belum pernah penulis alami. Selain divisi pemasaran digital, pemasaran, serta *funding*, penulis juga membantu divisi lainnya seperti operasional yaitu membantu pemberkasan deposito.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kegiatan magang memberikan banyak dampak positif bagi penulis, karena selama melaksanakan kegiatan magang pada PT. BPR Suryamas, penulis mendapatkan banyak pengalaman yang tidak didapatkan selama berkuliah. Penulis dapat mengetahui dunia kerja yang sebenarnya, bersosialisasi dengan lingkungan baru, mendapatkan sudut pandang baru, belajar bertanggung jawab dengan pekerjaan, mendapatkan pengetahuan baru, serta mendapatkan banyak relasi.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, p. 173-175.

Al Arif, M. N. R. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, p. 78.

Ali Suyatno, Herli. (2013). *Pengelolaan BPR dan Lembaga Keuangan*. Pembiayaan Mikro. Yogyakarta: Andi

Budisantoso, Totok dan Nuritomo. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat, p. 111

Irawati, R., & Carollina, D. A. (2017). "Analisis pengaruh beban kerja terhadap kinerja karyawan operator pada PT Giken Pecision Indonesia". *Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), p. 51-58.

Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. datareportal.com. Diakses pada 10 Desember 2022, dari https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia.

Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press, 1-83.

Kotler, P., (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Cetakan ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

Kopalle, P.K, & Lehmann, D.R. (2006). "Setting quality expectations when entering a market: What should the promise be?". Marketing Science. 25(1),8-90.

Koyong, Albert. (2011). "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan. Studi Kasus PT. Radio Suara Singgalang Mahimbau Padang." *Jurnal Jurusan Manajemen Tamansiswa Padang, p.* 11

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Leenders, M.A.A.M., & Wierenga, B. (2008). "The effect of the marketing R&D interface on new product performance. Thecritical role of resources and scope". *International Journal of Research in Marketing*, 25(1), p. 56-68.

Nerkar, & Roberts. (2004). Technological and product-market experience and the success of new product introductions in the pharmaceutical industry. *Strategic Management Journal*, 25(8-9), p. 779-799.

Petty, Richard E, Cacioppo, John T, & Schuman David. (1983). "Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness". *Journal of Consumer Research*. Vol 18, p. 52-56.

Sawicki, A. (2016). *Digital Marketing. Word Scientific News*, p. (48), 82-88.

repository.stieykpn.ac.id