STRATEGI *SPONSORSHIP* BRI DALAM KOLABORASI DENGAN *EVENT* UNTUK MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

RINGKASAN LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

Aulia Ariyanti Astuti

2121 31720

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

STRATEGI SPONSORSHIP BRI DALAM KOLABORASI DENGAN *EVENT* UNTUK MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AULIA ARIYANTI ASTUTI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131720

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 13 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.	Bianka Andriyani, SE., MM.

Yogyakarta, 5 Februari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas pengalaman penulis selama menjalani program magang di Bank BRI KCP UNAIR pada divisi pemasaran. Fokus utama laporan ini adalah strategi *sponsorship* yang digunakan Bank BRI untuk meningkatkan citra perusahaan melalui kolaborasi dengan berbagai acara. Dalam kegiatan magang ini, penulis mempelajari proses operasional perbankan, pengelolaan data nasabah, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Selain itu, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti penginputan data, kunjungan nasabah, dan menjaga *booth* dalam acara berskala nasional. Kendala yang dihadapi selama magang, seperti perbedaan ekspektasi nilai *sponsorship* dan ketidaksiapan administrasi mitra diatasi dengan pendekatan edukasi dan komunikasi yang efektif. Pengalaman ini memberikan wawasan mendalam tentang dunia perbankan dan pemasaran, serta memperkuat kompetensi profesional penulis.

Kata kunci: Magang, Sponsorship, Strategi Pemasaran, Perbankan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Magang di Bank BRI memberikan peluang bagi penulis untuk terlibat secara langsung dalam dunia kerja perbankan. Magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada penulis dalam memahami proses kerja perbankan secara menyeluruh. Melalui magang ini, penulis dapat memperdalam pemahaman tentang cara kerja Bank BRI dalam melayani kebutuhan nasabah, mengelola berbagai transaksi, serta mengembangkan produk dan layanan.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah perusahaan milik negara di Indonesia yang menawarkan beragam layanan keuangan. Sebagai salah satu bank pemerintah terbesar di Indonesia dan fokus pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta menjadi pelopor dalam pembiayaan mikro di Indonesia.

Sponsorship adalah bentuk dukungan finansial atau non-finansial yang diberikan kepada pihak tertentu sebagai imbalan promosi suatu merek, produk, atau layanan. Bank BRI perlu melakukan *sponsorship* karena hal tersebut memiliki hubungan timbal balik antara bank sebagai pihak yang memberikan dukungan dan calon nasabah sebagai penerima manfaat yang bertujuan untuk membangun citra Bank BRI di mata nasabah. Kolaborasi ini memungkinkan Bank BRI untuk menunjukkan identitasnya sebagai bank yang berkomitmen mendukung perkembangan masyarakat Indonesia, terutama dalam pemberdayaan UMKM dan pembiayaan mikro. Melalui strategi *sponsorship*, Bank BRI tidak hanya membangun citra positif sebagai bank milik negara yang berperan aktif dalam

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kegiatan sosial tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah melalui keterlibatan langsung dalam acara yang diminati masyarakat luas.

Relationship Manager Funding Transaction (RMFT) bertanggung jawab dalam *sponsorship* karena memiliki peran penting dalam menjalin kerja sama dengan mitra acara atau *event*, serta membangun dan memelihara hubungan dengan nasabah dan mitra bisnis. *Sponsorship* ini bagian dari strategi Bank BRI untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra perusahaan melalui kerja sama dengan berbagai acara. RMFT bertanggung jawab melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan, memberikan layanan yang optimal, dan memastikan kepuasan nasabah. Selain itu, mereka perlu memberikan edukasi mengenai produk dan layanan bank, serta bekerja sama dengan tim lain untuk mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.

Melalui kegiatan magang ini, penulis berkesempatan untuk mempelajari proses perbankan, termasuk layanan nasabah, pengelolaan transaksi, dan pengembangan produk. Bank BRI KCP UNAIR juga menerapkan strategi *sponsorship* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan citra perusahaan. Hal ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami lebih dalam bagaimana Bank BRI mengelola hubungan nasabah dan strategi pemasaran yang dijalankan.

Tujuan Magang

Tujuan dari program magang ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN program studi Manajemen. Kedua, mahasiswa

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mendapatkan pengalaman dan kesempatan untuk bekerja secara langsung dalam industri perbankan. ketiga, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memperluas jaringan dan meningkatkan komunikasi dalam dunia kerja. Terakhir, mahasiswa dapat memahami proses dan budaya kerja di Bank BRI.

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Profil Organisasi

Bank Rakyat Indonesia didirikan oleh Raden Aria Wiriatmaja di Purwokerto pada 1895 dengan nama *De Poerwokertosche Hulpen Spaarbank der Indlandsche Hoofden* untuk mengelola dana kas masjid. Setelah beberapa kali berganti nama, seperti *Volksbank*, *Algeme Volkscredietbank* (AVB), dan *Syomin Ginko*. Lembaga ini akhirnya dinamakan Bank Rakjat Indonesia pada 22 Februari 1946 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.1 Tahun 1946. Pada 1992 BRI menjadi Persero dan menjadi perusahaan publik dengan kode saham BBRI sejak 2003. Berbagai inovasi dilakukan, termasuk akuisisi Bank Syariah BRI, Bank Agroniaga, peluncuran BRIsat, dan pengenalan layanan Teras BRI Kapal. Dengan jaringan internasional di Singapura, New York, Hong Kong, dan Cayman Islands, serta jaringan ATM dan EDC terbesar di Indonesia, BRI terus berkomitmen memberikan layanan inovatif kepada masyarakat.

Visi dan Misi

Bank BRI memiliki visi *The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia and Champion of Financial Inclusion*. Misi bank tersebut melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro,

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat. Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (performance-driven culture), teknologi informasi yang handal dan future ready, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan risk management excellence. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik Good Corporate Governance yang sangat baik.

Aktivitas Magang

1. **Briefing Pagi**

   Briefing pagi adalah kegiatan rutin yang dilakukan setiap pagi, mulai pukul 07.15 hingga 07.30 sebelum bank mulai beroperasi. Kegiatan ini melibatkan seluruh karyawan untuk melakukan koordinasi, menyampaikan informasi penting, serta mengevaluasi kemajuan kerja. *Briefing* pagi biasanya diakhiri dengan mengucapkan *core values* akhlak dari Bank BRI dan yel-yel yang bertujuan untuk memberikan semangat kepada seluruh karyawan.

2. **Cetak Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)**

   Bank BRI menjalin kerja sama dengan Universitas Airlangga untuk menyediakan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang berfungsi sebagai identitas mahasiswa dan kartu debit. Proses pencetakan KTM dimulai dengan pengumpulan data mahasiswa yang telah diverifikasi oleh pihak

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kampus, kemudian data tersebut diproses oleh Bank BRI menggunakan alat khusus yang terhubung dengan sistem. Kartu ini memuat informasi pribadi mahasiswa seperti nama, NIM, jurusan serta foto dan dilengkapi dengan fitur perbankan seperti nomor rekening dan fitur transaksi non-tunai.

3. **Roleplay**

Selama kegiatan *roleplay* di Bank BRI, penulis berperan sebagai nasabah. Kegiatan ini dilakukan tiga kali dalam seminggu dan direkam, kemudian hasilnya diunggah ke *Google Drive*. *Roleplay* ini hanya diwajibkan bagi *frontliner*, seperti *customer service*, *teller*, *security*, dan *supervisor*. Tujuan dari *roleplay* ini adalah untuk melatih karyawan agar siap dalam menangani keluhan nasabah, memberikan solusi, serta dapat menjelaskan produk dan layanan di Bank BRI sesuai dengan standar operasional yang berlaku.

4. **Membeli Hadiah untuk Nasabah**

Membeli hadiah untuk nasabah merupakan salah satu cara *maintenance* nasabah yang bertujuan untuk mempererat hubungan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini dilakukan untuk memberikan penghargaan kepada nasabah, sebagai tanda kesetiaan atau pencapaian tertentu yang berguna untuk memperkuat kepuasan serta kepercayaan mereka terhadap layanan bank. Penulis ikut tim *marketing* dalam kegiatan membeli hadiah untuk nasabah.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. **Survey Nasabah**

Kunjungan ini bertujuan untuk memastikan nasabah merasa nyaman dan memahami cara kerja QRIS, sehingga mereka dapat menggunakan metode pembayaran ini dengan mudah. Penulis juga membantu tim untuk mengumpulkan data nasabah, termasuk nama lengkap, KTP, *e-mail*, nomor telepon, serta foto nasabah sebagai bukti untuk proses pembuatan QRIS.

6. **Visit Nasabah**

Penulis berkunjung ke PT Sasmito bertujuan untuk membahas tentang layanan bank garansi yang dapat mendukung kebutuhan perusahaan dalam pelaksanaan berbagai proyek yang sedang mereka kerjakan. Penulis melakukan kunjungan ke RS Husada Prima untuk memastikan apakah mesin EDC yang tersedia di rumah sakit dapat berfungsi dengan baik atau tidak. Pengecekan ini dilakukan setidaknya sebulan sekali untuk memantau produktivitas mesin EDC tersebut.

7. **Input Data QRIS**

Penulis melakukan *input* data nasabah berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan oleh tim *marketing*, kemudian memasukkan data tersebut ke dalam aplikasi yang disediakan oleh bank. Selanjutnya, menunggu persetujuan dari tim pusat setelah mendapat persetujuan maka akan menghasilkan *barcode* QRIS yang dapat digunakan untuk menerima pembayaran dari berbagai *platform*.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

8. Jaga Booth Bank BRI di Acara PIMNAS 37

PIMNAS merupakan puncak kegiatan ilmiah berskala nasional yang diselenggarakan di perguruan tinggi yang ditetapkan BPTI. Sebagai forum pertemuan ilmiah dan komunikasi produk kreasi mahasiswa, PIMNAS diikuti oleh mahasiswa atau tim yang terlibat dalam Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Penulis bertugas menjaga *booth* Bank BRI untuk mempromosikan produk dan layanan perbankan kepada para pengunjung, seperti tabungan dan layanan *digital*. Selain itu, penulis juga melayani berbagai pertanyaan serta membantu calon nasabah dalam proses pembukaan rekening dan aktivasi kartu BRIZZI.

9. Input Data PIP

Program ini bertujuan untuk memberikan bantuan biaya pendidikan kepada siswa dari keluarga kurang mampu agar dapat terus bersekolah. Persyaratan untuk pembukaan rekening PIP meliputi surat keterangan dari sekolah, akta kelahiran atau kartu keluarga, KTP orang tua, serta kehadiran anak yang bersangkutan. Penulis mendapat tugas untuk menginput data berupa nama dan nomor rekening ke dalam *Excel* yang bertujuan untuk memudahkan *supervisor* dalam melengkapi data nasabah.

10. Mengikuti Dies Natalis Universitas Airlangga

Berbagai kegiatan seperti seminar, pameran, pertunjukan seni, dan kompetisi diselenggarakan dalam acara ini. Penulis belajar tentang pentingnya kolaborasi antara lembaga pendidikan dan sektor perbankan,

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

serta bagaimana acara seperti ini dapat menjadi ajang untuk memperluas jaringan dan memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

11. Pembahasan Anggaran PIMNAS

Diskusi mengenai anggaran PIMNAS melibatkan proses perencanaan dan pengalokasian dana untuk memastikan kelancaran acara, termasuk mencakup berbagai kebutuhan operasional. Proses ini juga mencakup pembahasan mengenai kontribusi sponsor, manfaat yang akan diterima oleh sponsor, serta prosedur pencairan dana. Penetapan anggaran ini bertujuan untuk memastikan pelaksanaan acara berjalan lancar dan mendukung pencapaian tujuan utama PIMNAS.

LANDASAN TEORI

Sponsorship

Sponsorship adalah strategi pemasaran di mana perusahaan berinvestasi untuk mendukung suatu kegiatan atau acara yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau merek mereka. Menurut (Rossiter & Percy, 1997:339) mendefinisikan *sponsorship* sebagai pemberian dukungan keuangan atau bentuk-bentuk dukungan lainnya kepada organisasi dengan imbalan diberikannya publisitas. Seiring dengan popularitas *sponsorship* yang terus meningkat, *sponsorship* kini dapat dilakukan pada berbagai kegiatan seperti olahraga, sosial, publikasi, dan hiburan (Shimp & Andrews, 2013:623).

Dalam aktivitas *sponsorship*, sponsor tidak secara suka rela memberikan dukungan kepada penyelenggara acara atau organisasi. Menurut Noor (2013:201-

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

203) umumnya perusahaan melakukan program *sponsorship* karena menginginkan peningkatan kesadaran merek, peningkatan citra merek, mencoba produk baru di pasar, hingga untuk tujuan peningkatan penjualan.

Jadi *sponsorship* adalah salah satu strategi promosi dengan menyediakan dukungan finansial kepada organisasi, individu, atau kegiatan. Dukungan ini menghubungkan merek dengan berbagai aktivitas seperti olahraga, hiburan, budaya, atau sosial yang memiliki daya tarik tinggi sehingga mendapatkan kesempatan untuk mempromosikan perusahaan melalui kegiatan tersebut.

Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah bentuk komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, baik secara *verbal* maupun *nonverbal* dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Rosenblatt, *et al*., (1977:3) mendefinisikan komunikasi bisnis sebagai pertukaran gagasan, pendapat, informasi, instruksi dan sebagainya yang memiliki tujuan tertentu yang disajikan secara *personal* atau *impersonal* melalui simbol-simbol atau sinyal-sinyal untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Bovee dan Thill, model komunikasi terdiri dari lima tahap utama. Proses komunikasi dimulai ketika pengirim memiliki ide atau gagasan yang ingin disampaikan kepada penerima. Ide tersebut kemudian diubah menjadi pesan yang dapat dipahami oleh penerima melalui proses yang disebut *encoding*. Selanjutnya, pesan dipindahkan melalui berbagai saluran dan media komunikasi. Setelah itu, penerima menerima pesan tersebut dan menginterpretasikan untuk memahaminya. Tahap terakhir adalah umpan balik dari penerima yang di mana penerima

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memberikan respon melalui isyarat fisik, ekspresi wajah, atau respon tertulis yang menjadi elemen penting untuk menjaga keberlanjutan komunikasi.

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management adalah sebuah sistem yang dirancang untuk mendukung bisnis dalam membangun dan mengelola hubungan dengan pelanggan serta calon pelanggan. Tjiptono (2014:424) menjelaskan bahwa CRM bukan sekedar konsep atau desain. CRM adalah strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengelola, dan mengelola kebutuhan pelanggan, baik saat ini maupun yang potensial di masa depan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:148), CRM merupakan proses mengelola informasi secara rinci mengenai pelanggan dan semua titik awal pelanggan dengan perusahaan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pengertian di atas, *Customer Relationship Management* adalah strategi bisnis yang dirancang untuk mengelola hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif, sehingga mampu menghasilkan kepuasan dan loyalitas pada pelanggan.

Negosiasi

Negosiasi merupakan proses interaksi dan tawar menawar antara dua pihak yang bertujuan untuk mencapai suatu kesepakatan bersama. Menurut Jackman (2005) negosiasi adalah proses interaksi antara dua pihak atau lebih yang awalnya memiliki pandangan berbeda, namun berusaha mencapai kesepakatan bersama. Sementara, Robbins (2001) mendefinisikan negosiasi sebagai proses pertukaran

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

barang atau jasa antara dua pihak atau lebih, di mana masing-masing pihak berusaha menyepakati tingkat harga yang dianggap adil dalam pertukaran tersebut.

Negosiasi bukan hanya sekedar keterampilan tetapi juga melibatkan berbagai elemen, termasuk kebutuhan kedua belah pihak untuk bekerja sama demi mencapai hasil yang diinginkan bersama. Negosiasi merupakan proses menyelesaikan perbedaan secara kolektif, di mana masing-masing pihak memiliki kesempatan untuk meyakinkan pihak lain agar mempertimbangkan perubahan. Negosiasi menjadi tidak relevan jika salah satu pihak yakin bahwa posisi pihak lain tidak dapat diubah.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis

Selama menjalani magang di Bank BRI KCP UNAIR penulis menemui beberapa kendala yang selama ini menjadi permasalahan, antara lain:

1. **Negosiasi Antara Pihak Sponsorship Dengan Bank BRI**

   Masalah yang sering muncul dalam proses negosiasi *sponsorship* terletak pada perbedaan persepsi antara pihak penyelenggara dan Bank BRI mengenai nilai dan manfaat yang diterima. Pihak penyelenggara cenderung mengajukan nilai *sponsorship* yang tinggi, sementara Bank BRI harus memastikan bahwa dukungan yang diberikan memiliki manfaat yang sebanding, yang jumlah nominalnya belum tentu sebesar yang diajukan oleh pihak penyelenggara. Bank BRI dihadapkan pada tantangan untuk menilai apakah nilai *sponsorship* yang diajukan benar-benar memberikan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keuntungan yang signifikan, baik secara finansial maupun dalam pencapaian target keuangan, seperti peningkatan jumlah nasabah atau *volume* transaksi.

2. **Pihak Sponsorship Tidak Memiliki Rekening Bank BRI**

   Kewajiban penggunaan rekening Bank BRI sebagai sarana pencairan dana *sponsorship* yang mengharuskan penyelenggara acara memiliki rekening di Bank BRI. Jika pihak tersebut tidak memiliki rekening di Bank BRI, maka dapat menyebabkan kendala administratif termasuk proses pencairan dana yang lebih lambat dari yang seharusnya. Keterlambatan pencairan ini berpotensi mengganggu kelancaran acara atau program yang disponsori, serta menimbulkan ketidaknyamanan bagi semua pihak yang terlibat baik Bank BRI atau penyelenggara acara.

Pembahasan

1. **Negosiasi Antara Pihak Sponsorship Dengan Bank BRI**

   Proses negosiasi *sponsorship* antara penyelenggara acara dan Bank BRI sering menjadi tantangan yang membutuhkan pendekatan strategis dan analisis mendalam. Salah satu kendala utamanya adalah perbedaan ekspektasi terkait nilai *sponsorship* dan manfaat yang akan diterima oleh Bank BRI. Penyelenggara acara biasanya mengajukan proposal dengan nilai *sponsorship* yang tinggi untuk memastikan kelancaran acara mereka. Di sisi lain, Bank BRI harus memastikan bahwa investasi dalam bentuk *sponsorship* ini menghasilkan manfaat yang sebanding. Bank BRI tidak

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

hanya mempertimbangkan aspek finansial tetapi juga mengevaluasi apakah manfaat yang diterima, seperti peningkatan citra perusahaan, loyalitas nasabah, dan pencapaian target pemasaran.

Negosiasi menjadi lebih rumit ketika kedua pihak tidak dapat menemukan titik temu dalam menentukan manfaat yang diharapkan. Ketidakjelasan dalam menetapkan target yang spesifik dan realistis sering kali menjadi hambatan utama untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menciptakan ketegangan antara Bank BRI dan penyelenggara acara, sekaligus mengurangi peluang kerja sama di masa depan. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan komunikasi yang terbuka dan transparan dengan fokus pada pembahasan berbasis data dan fakta. Bank BRI sebaiknya menyusun pedoman evaluasi proposal *sponsorship* yang jelas, mencakup kriteria manfaat yang harus dipenuhi. Sementara itu, penyelenggara acara perlu memahami kebutuhan dan prioritas Bank BRI, serta menyesuaikan proposal mereka agar lebih relevan dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan pendekatan ini, proses negosiasi dapat berjalan lebih lancar dan kedua pihak memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Berdasarkan teori komunikasi bisnis, negosiasi antara Bank BRI dan penyelenggara acara menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang dimana kedua pihak berupaya untuk saling memahami kebutuhan masing-masing. Komunikasi yang transparan dan jelas dapat mempermudah proses kesepakatan yang saling menguntungkan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Pihak Sponsorship Tidak Memiliki Rekening Bank BRI

Masalah yang muncul ketika penyelenggara acara atau pihak yang mengajukan *sponsorship* tidak memiliki rekening di Bank BRI dapat menyebabkan berbagai kendala administratif. Bank BRI memberikan persyaratan untuk menggunakan rekeningnya sebagai tempat pencairan dana *sponsorship* agar terjamin keamanan dan transparansi transaksi. Jika penyelenggara acara tidak memiliki rekening di Bank BRI, mereka harus membuka rekening terlebih dahulu sebelum dana dapat dicairkan. Proses pembukaan rekening meskipun sederhana tetapi memerlukan waktu dan prosedur administratif tertentu yang dapat memperlambat pencairan dana. Keterlambatan dalam pencairan dana ini bisa mengganggu kelancaran acara atau program yang disponsori karena dana tersebut biasanya digunakan untuk mendukung berbagai keperluan operasional acara. Jika pencairan dana tidak tepat waktu, maka kegiatan acara bisa terganggu sehingga berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan dan kerugian bagi penyelenggara. Untuk mengatasi hal ini, Bank BRI dapat memberikan edukasi kepada penyelenggara acara mengenai pentingnya membuka rekening di Bank BRI serta prosedur yang perlu diikuti. Dengan memberikan kemudahan, seperti mempercepat proses pembukaan rekening. Langkah ini dapat memperkuat hubungan kerja sama antara Bank BRI dan penyelenggara acara karena proses administrasi yang lebih lancar akan mengurangi ketidaknyamanan yang mungkin timbul.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan teori *Customer Relationship Management*, perusahaan perlu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan atau mitra melalui layanan yang responsif dan memuaskan. Dalam konteks ini, Bank BRI dapat memperkuat hubungan dengan penyelenggara acara untuk memberikan edukasi serta mempermudah proses pembukaan rekening yang akan memperlancar transaksi dan meningkatkan kepuasan penyelenggara.

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Kesimpulan

Sebagai bagian dari syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di program studi manajemen STIE YKPN, penulis telah menyelesaikan kegiatan magang di Bank BRI KCP UNAIR selama tiga bulan dimulai tanggal 9 September 2024 sampai 9 Desember 2024. Selama magang, penulis mendapatkan kesempatan untuk mempelajari berbagai pengetahuan di divisi *marketing*. Kegiatan magang ini memberikan wawasan yang luas serta pengalaman yang berharga kepada penulis mengenai dunia kerja, khususnya di industri perbankan.

Penulis menyadari bahwa *sponsorship* merupakan salah satu strategi pemasaran yang penting bagi Bank BRI KCP UNAIR dalam upaya meningkatkan citra perusahaan dan memperluas jangkauan pasar melalui berbagai kegiatan dan acara. Selama menjalani magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti penginputan data QRIS/PIP, kunjungan ke nasabah, menjaga *booth* pada acara PIMNAS 37. Kegiatan-kegiatan tersebut memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai operasional dan strategi pemasaran Bank BRI, terutama dalam mendukung layanan perbankan *digital*. Meskipun penulis menghadapi beberapa

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kendala seperti calon mitra yang belum sepenuhnya memahami persyaratan *sponsorship* dan nasabah yang tidak memiliki rekening di Bank BRI tetapi hambatan tersebut dapat diatasi dengan edukasi yang tepat.

Penulis berpartisipasi dalam berbagai acara di luar kegiatan magang, seperti mengikuti acara Airlangga *Run*, olahraga, dan makan bersama dengan seluruh karyawan Bank BRI KCP UNAIR. Hal tersebut memberikan penulis kesempatan untuk membangun interaksi yang lebih erat dengan para karyawan. Pengalaman ini tidak hanya menambah wawasan penulis selama magang tetapi juga mempersiapkan diri untuk bersaing di dunia kerja. Selain itu, kegiatan tersebut juga memperkuat jaringan profesional kepada penulis.

Rekomendasi

Rekomendasi untuk Bank BRI KCP UNAIR, yaitu memberikan peluang bagi sponsor untuk terlibat dalam program-program jangka panjang yang mendukung tujuan bersama, baik dalam aspek branding maupun pengembangan sosial. Mempermudah proses pembukaan rekening bagi pihak sponsorship dengan menawarkan layanan yang cepat, praktis, dan tanpa biaya administrasi di awal. Menjelaskan kemudahan penggunaan aplikasi dan fasilitas digital BRI yang memungkinkan transaksi dapat dilakukan tanpa perlu membuka rekening konvensional di cabang fisik.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Refleksi Diri

Selama menjalani program magang di Bank BRI KCP UNAIR divisi *marketing*, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam meningkatkan kemampuan teknis dan non-teknis yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja.

Dalam aspek teknis, penulis memperoleh pengalaman langsung mengenai strategi pemasaran yang efektif, pengelolaan data nasabah seperti *input* data QRIS/PIP, serta cara membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Di sisi lain, dari aspek non-teknis, penulis juga mengalami perkembangan dalam kemampuan berkomunikasi, manajemen waktu, kerja sama tim, dan menjalin hubungan yang baik dengan kolega. Interaksi dengan rekan kerja dan nasabah dalam lingkungan profesional memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya etika kerja dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi berbagai situasi.

Pengalaman ini tidak hanya memperkuat kompetensi profesional penulis tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri untuk bersaing di dunia kerja yang semakin kompetitif. Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan wawasan yang luas tentang dunia perbankan, baik dari aspek operasional maupun pentingnya menjaga etika kerja. Penulis berharap dapat terus mengembangkan potensi diri dan memanfaatkan pengetahuan yang telah diperoleh selama magang untuk mencapai kesuksesan di masa depan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Alim, Z. (2009). PELAKSANAAN SPONSORSHIP DAMPAKNYA TERHADAP BRAND IMAGE PADA CLOTHING LINECOLTD SUMUR BANDUNG. *Экономика Региона*, *Kolisch 1996*, 4. https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/449/jbptunikompp-gdl-zaenalalim-22449-1-artikel.pdf

BANK RAKYAT INDONESIA. (2015). Profil PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Bank BRI*, 5–9. https://bri.co.id/o/com.BRI.corporate.website.ebook.reader.web/pdf-viewer.html?read=/documents/20123/56789/CP_Bank_BRI_27Juni.pdf

Fauzi, A. R., & Nurfebiaraning, S. (2020). Pengaruh Sponsorship Terhadap Peningkatan Brand Awareness (Studi Pada Elevenia Sebagai Sponsor Persib Bandung). *E-Proceeding of Management*, *7*(2), 7490. https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13879/13619

Ii, B. A. B., & Komunikasi, A. (2015). *Communication: Principe and Methods*. 24.

Kebudayaan, K. P. dan. (n.d.). *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional*. Pusat Prestasi Nasional. https://pusatprestasinasional.kemdikbud.go.id/event/riset-dan-inovasi/dikti/pekan-ilmiah-mahasiswa-nasional-2024-dikti

Lailani Octavia Rahmadhani, Kesya Melika, Alief Rahman Juliansyah, Ahmadhio Annuri Pratama, & Lilik Sumarni. (2024). Strategi Lobi dan Negosiasi

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam Membangun Kepercayaan Sponsorship Studi Kasus : Produk Hydro Coco. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, *3*(3), 44–53. https://doi.org/10.58192/populer.v3i3.2343

Patel, & Goyena, R. (2019). Komunikasi Bisnis Ebook. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15, Issue 2).

Putri, S. A. (2022). Tinjauan Penerapan Digital Advertising Pada Produk Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Divisi Regional Iii Jawa Barat. *Repository Widyatama*, 15–16.

Saputri, O. (2023). *Kemampuan Berkomunikasi Sebagai Indikator Keberhasilan Lobi dan Negosiasi*. *June*, 1–2.

Valentić, J. (2003). Communication in business. *Pomorstvo*, *17*, 122. https://doi.org/10.1515/9783486850741

repository.stieykpn.ac.id