

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
YANG DIGUNAKAN OLEH DIVISI MARKETING DI BANK RAKYAT
INDONESIA (BRI) KCP UNAIR SURABAYA**

RINGKASAN LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun oleh:

Yuanita Arum Sari

2121 31734

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

TUGAS AKHIR
LAPORAN MAGANG
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH YANG DIGUNAKAN OLEH DIVISI MARKETING
DI BANK RAKYAT INDONESIA (BRI)
KCP UNAIR SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

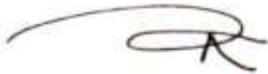
YUANITA ARUM SARI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131734

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 9 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Penguji



Heni Kusumawati, SE., M.Si.

Yogyakarta, 21 Januari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman selama periode magang di Bank Rakyat Indonesia KCP UNAIR Surabaya. Penulis ditempatkan pada Divisi *Relationship Manager Funding and Transaction* (RMFT) yang berlangsung selama tiga bulan yang dimulai pada 9 September 2024 hingga 9 Desember 2024. Selama kegiatan magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas yang mencakup proses pencetakan kartu mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya, *role play* operasional bank, memasukkan data ke dalam sistem Bank Rakyat Indonesia (BRI), penjemputan dana simpanan nasabah, visit nasabah, survei nasabah, melakukan promosi produk Bank BRI, proses pembuatan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), hingga membeli hadiah untuk nasabah prioritas sebagai bentuk penghargaan atas loyalitas nasabah. Tujuan dari laporan ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Divisi Marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah. Strategi yang digunakan meliputi segmentasi, targeting, positioning, serta pemanfaatan teknologi digital melalui aplikasi BRIMO. Namun, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya komunikasi, keterbatasan sumber daya manusia pada Divisi RMFT, dan peluang promosi digital yang tidak dimanfaatkan dengan maksimal. Penulis merekomendasikan optimalisasi promosi media sosial, pengingat sistem otomatis, dan peningkatan aksesibilitas layanan digital untuk mengatasi kendala tersebut.

Kata kunci: BRI KCP UNAIR Surabaya, Strategi Pemasaran, Loyalitas Nasabah, Segmentasi, Targeting, Positioning

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This report is based on the experience gained the internship period at Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya. The author was assigned to the Relationship Manager Funding and Transaction (RMFT) Division for three months, starting from September 9, 2024, to December 9, 2024. During the internship, the author was involved in various activities, including the printing process of Universitas Airlangga Surabaya student cards, operational bank role plays, data entry into the Bank Rakyat Indonesia (BRI) system, fund collection from deposit customers, customer visits, customer surveys, promoting BRI products, the creation process of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), and purchasing gifts for priority customers as a form of appreciation for their loyalty. The purpose of this report is to analyze the marketing strategies implemented by the marketing division to increase the number of customer. These strategies include segmentation, targeting, positioning, and the utilization of digital technology through the BRIMO application. However, several challenges were encountered, such as communication gaps, limited human resources within the RMFT Division, and untapped opportunities for digital promotion. The author recommends optimizing social media promotions, implementing automated reminder systems, and enhancing the accessibility of digital services to address these challenges.

Keywords: *BRI KCP UNAIR Surabaya, Marketing Strategy, Customer Loyalty, Segmentation, Targeting, Positioning.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Dalam upaya untuk memperluas wawasan dan mengembangkan kemampuan mahasiswa khususnya di STIE YKPN Yogyakarta, menyediakan berbagai macam pilihan tugas akhir sebagai syarat kelulusan Program Sarjana (S1). STIE YKPN Yogyakarta memiliki tujuh pilihan tugas akhir, salah satunya adalah studi lapangan (magang). Program magang ini dapat menjadi sarana bagi mahasiswa untuk dapat menerapkan teori yang dipelajari di kelas dengan praktik langsung di perusahaan, serta dapat mengembangkan *hard skill* dan *soft skill*.

Penulis melaksanakan kegiatan magang ini di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang perbankan terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara yang berfokus pada segmen mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Relationship Manager Funding and Transaction (RMFT) adalah tim yang fokus dalam menawarkan produk Bank Rakyat Indonesia (BRI). Tugas utama dari Divisi RMFT yaitu melakukan analisis terhadap kebutuhan, pemasaran, hubungan dengan nasabah, serta menyediakan solusi perbankan untuk nasabahnya dengan melakukan pemantauan kinerja fasilitas yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya dan melaporkan perkembangan transaksi nasabah.

Selama pelaksanaan periode magang ini, penulis tertarik dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi RMFT BRI KCP UNAIR Surabaya. Pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif penting untuk membantu Bank Rakyat Indonesia (BRI KCP UNAIR Surabaya) dalam menambah jumlah nasabah. Pada saat ini, Divisi RMFT BRI KCP UNAIR Surabaya terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan bagi masyarakat umum, terutama pada lingkup mahasiswa, dosen, dan masyarakat di sekitar Universitas Airlangga.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dengan memahami kebutuhan para nasabah, dapat membantu tim RMFT dalam menawarkan layanan yang sesuai. Melalui laporan ini, penulis ingin mempelajari strategi pemasaran yang digunakan BRI KCP UNAIR Surabaya untuk menarik lebih banyak nasabah dan mempertahankan kepuasan nasabah.

Tujuan Magang

Kegiatan magang ini bertujuan:

1. Memenuhi salah satu syarat dari tujuh pilihan Tugas Akhir di STIE YKPN untuk meraih gelar Sarjana Manajemen.
2. Memperoleh pengalaman dalam menerapkan teori pemasaran pada dunia kerja khususnya di industri perbankan.
3. Sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, kerja tim, kedisiplinan, dan tanggung jawab.

Lokasi dan Periode Pelaksanaan Magang

Nama Perusahaan : Bank Rakyat Indonesia KCP UNAIR Surabaya

Alamat : Jalan Dharmawangsa Dalam No. 1, Airlangga, Gubeng,
Surabaya, Jawa Timur. 60286

Periode : 9 September 2024 – 9 Desember 2024

Divisi : Marketing

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sistematika Laporan Magang

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang pelaksanaan kegiatan magang, tujuan dilakukannya kegiatan magang, lokasi dan periode pelaksanaan magang, serta sistematika penulisan laporan magang.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

Bab ini membahas mengenai profil perusahaan yang meliputi sejarah singkat, visi, misi, struktur organisasi beserta tugas dari masing-masing divisi yang ada di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya, nilai perusahaan, budaya kerja dan produk dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya. Selain itu, pada bab ini juga menjelaskan aktivitas yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan kegiatan magang.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori yang berkaitan dengan judul topik penulis. Teori yang dibahas meliputi manajemen pemasaran, komunikasi bisnis, dan pemasaran digital. Teori ini yang digunakan untuk mendukung analisis terhadap strategi pemasaran yang digunakan oleh BRI KCP UNAIR Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis permasalahan yang terjadi selama kegiatan magang, serta solusi untuk mengatasi permasalahan yang dialami.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB V KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari kegiatan magang, rekomendasi untuk perusahaan dan perguruan tinggi, serta refleksi diri atas pengalaman dan pelajaran yang didapatkan penulis selama melakukan kegiatan magang.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Profil Perusahaan

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja pada 16 Desember 1895. Pada awalnya adalah lembaga yang mengelola dana kas masjid untuk disalurkan kepada masyarakat dengan skema yang sangat sederhana. Setelah beberapa kali mengalami perubahan nama, kemudian resmi pada tanggal 22 Februari 1946 pemerintah Indonesia mengubah lembaga ini menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 Tahun 1946.

Kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya diresmikan oleh Universitas Airlangga pada tanggal 28 November 2022 yang berlokasi di lantai 2 Gedung ASEEC Tower Universitas Airlangga Surabaya. BRI KCP UNAIR Surabaya menyediakan layanan keuangan untuk mahasiswa, dosen, dan *staff* Universitas Airlangga dengan produk dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Visi Bank Rakyat Indonesia

Menjadi bank komersial terkemuka yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi Bank Rakyat Indonesia

1. Melakukan aktivitas perbankan yang terbaik dengan fokus pada pelayanan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mendukung peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah melalui jaringan kerja yang luas dan didukung dengan sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan menerapkan manajemen risiko yang tepat serta praktik *good corporate governance*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Nilai Perusahaan (*Core Value*) Bank Rakyat Indonesia

1. Amanah
2. Kompeten
3. Harmonis
4. Loyal
5. Adaptif
6. Kolaboratif

Aktivitas Magang

Selama pelaksanaan program magang, penulis didampingi langsung oleh Bu Wulan Nur Zia Fahmi selaku pimpinan cabang pembantu dan Bu Mardiyah Irawati selaku *supervisor* operasional. Berikut adalah beberapa aktivitas yang dilakukan penulis selama magang di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya.

Briefing

Briefing pagi merupakan kegiatan rutin yang dilakukan sebelum jam operasional Bank BRI. Penulis mengikuti briefing setiap pukul 07.15 WIB yang diawali dengan doa bersama seluruh karyawan. Kegiatan ini berisi menyampaikan informasi penting dan evaluasi harian untuk seluruh karyawan.

Operasional

Cetak Kartu Tanda Mahasiswa Universitas Airlangga

Kegiatan ini meliputi memproses data mahasiswa Universitas Airlangga yang melakukan awal pembayaran kuliah di Bank Rakyat Indonesia (BRI). Penulis ditugaskan untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mencetak kartu dengan mesin cetak kartu, memastikan kualitas cetakan, hingga menyerahkan kartu kepada *customer service* agar dilakukan registrasi pengaktifan yang kemudian diberikan kepada nasabah.

Role Play

Role play adalah metode pelatihan dimana karyawan mempraktikkan *scenario* layanan nasabah dengan berbagai macam masalah. Kegiatan ini rutin dilakukan selama tiga kali dalam satu minggu dan hanya dilakukan oleh karyawan *front liner* seperti *customer service*, *teller*, *supervisor*, serta satpam. *Role play* bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam berkomunikasi, pemahaman produk, dan juga kemampuan dalam menghadapi berbagai situasi sehingga dapat memberikan layanan yang terbaik untuk nasabah.

Memasukkan Data ke Dalam Sistem Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki beberapa sistem diantaranya WBS, NDS, dan BRINet Express. *Whistleblowing System* (WBS) merupakan sarana untuk pelaporan yang berkaitan dengan kartu dan *mobile banking*. *New Delivery System* (NDS) adalah sistem yang digunakan untuk mencatat transaksi harian. BRINet Express yaitu sistem yang digunakan dalam pembuatan deposito.

Marketing

Penjemputan Dana Simpanan Nasabah

Penjemputan dana simpanan merupakan bentuk layanan yang disediakan oleh Divisi RMFT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya. Kegiatan ini bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Visit Nasabah

Visit nasabah adalah kegiatan kunjungan yang dilakukan oleh tim RMFT BRI KCP UNAIR Surabaya, biasanya dilakukan rutin sekitar 1 bulan 1 kali kunjungan. Kunjungan ini juga dimanfaatkan untuk menawarkan produk lain seperti mengikuti program terbaru yang cocok dengan nasabah tersebut.

Survei Nasabah untuk Pembuatan QRIS

Survei nasabah adalah proses mengumpulkan informasi dari calon nasabah yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan minat nasabah terhadap layanan pembayaran digital atau QRIS. Data yang dibutuhkan berupa nama nasabah, nomor telepon, foto KTP dan nama toko untuk *display* QRIS.

Menjaga *Stand* Bank Rakyat Indonesia (BRI) di PIMNAS

Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR menjadi salah satu sponsor dalam acara Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional (PIMNAS) 2024 yang berlokasi di Universitas Airlangga Kampus C. PIMNAS adalah ajang kompetisi ilmiah dan wadah bagi mahasiswa untuk mempresentasikan hasil karya ilmiahnya.

Membuat QRIS Nasabah

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standar pembayaran yang menggunakan metode QR *code* dari Bank Indonesia agar saat melakukan transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanan pengguna. Data yang dibutuhkan untuk membuat QRIS meliputi nama nasabah, nomor rekening, foto KTP, dan NPWP.

Kegiatan Tambahan di Luar Magang

Penulis mengikuti acara dies natalis Universitas Airlangga yang ke 70 tahun bersama seluruh *staff* BRI KCP UNAIR Surabaya. Kegiatan ini diikuti bersama seluruh *staff* Bank

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya yang bertujuan untuk menciptakan suasana kebersamaan dan mempererat hubungan antara pihak bank dengan Universitas Airlangga sebagai pihak sponsor dalam acara dies natalis.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Teori Manajemen Pemasaran

Menurut (Kotler et al., 2016) manajemen pemasaran adalah suatu proses pemilihan pasar yang tepat untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan. Dalam lingkup BRI KCP UNAIR Surabaya, hal ini dilakukan dengan memahami kebutuhan nasabah, memanfaatkan teknologi digital, serta menjalin hubungan yang baik dengan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki elemen penting yang meliputi:

- a. Segmentasi pasar merupakan strategi utama dalam pemasaran yang bertujuan untuk mengelompokkan pasar ke dalam beberapa segmen tertentu berdasarkan kesamaan karakteristik atau perilaku konsumen (Faza et al., 2024).
- b. *Targeting* adalah proses evaluasi pada setiap segmen pasar, kemudian bank menentukan satu atau lebih segmen yang akan dijadikan prioritas untuk dilayani. Pemilihan segmen berdasarkan pada besarnya dan cakupan segmen (Firdausi, 2020).
- c. *Positioning* merupakan langkah yang diambil oleh perusahaan untuk membangun citra, persepsi, dan kesan mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019). *Positioning* juga didefinisikan sebagai cara perusahaan dalam menjelaskan produk kepada konsumen dengan melihat perbedaan dan membandingkan produk pesaing, serta menunjukkan keunggulan dari produk tersebut (Sri Aderafika Sani & Nuri Aslami, 2022)

Teori Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan proses pertukaran informasi, ide, dan arahan yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi bisnis sangat penting dalam mendukung kelancaran aktivitas bisnis sekaligus mengurangi potensi kesalahan. Dengan

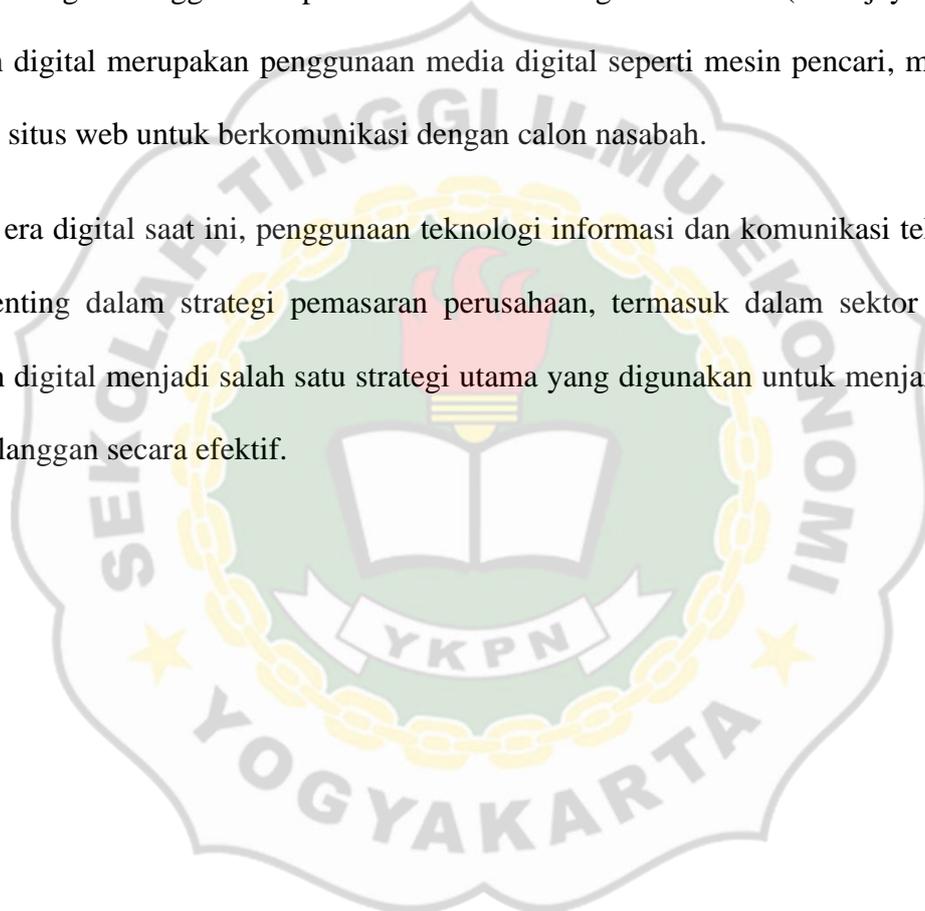
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menerapkan komunikasi bisnis yang efektif dan sesuai, maka sebuah bisnis dapat memperoleh berbagai manfaat serta dampak positif (Zahra et al., 2021).

Teori Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah konsep untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan dengan menggunakan platform dan saluran digital. Menurut (Kartajaya et al., 2019) pemasaran digital merupakan penggunaan media digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web untuk berkomunikasi dengan calon nasabah.

Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran perusahaan, termasuk dalam sektor perbankan. Pemasaran digital menjadi salah satu strategi utama yang digunakan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan secara efektif.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis

Selama menjalankan kegiatan magang, penulis menemukan empat hal penting yang menjadi permasalahan di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya khususnya yang terjadi pada Divisi RMFT, antara lain:

1. Kurangnya Komunikasi antara Nasabah dengan Divisi RMFT

Kurangnya komunikasi dapat menyebabkan mengganggu jadwal operasional pelayanan Divisi RMFT. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah pembatalan pertemuan mendadak oleh nasabah tanpa pemberitahuan sebelumnya. Pembatalan yang mendadak juga mengurangi kualitas hubungan jangka panjang antara nasabah dengan Divisi RMFT. Hubungan yang baik membutuhkan komunikasi dua arah, dimana kedua pihak saling memahami jadwal dan kebutuhan masing-masing.

2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Divisi RMFT

Keterbatasan sumber daya manusia di Divisi RMFT menjadi kendala dalam memberikan pelayanan yang optimal, terutama dalam menangani keluhan nasabah berdasarkan pada kategori nasabah seperti prioritas, *merchant*, dan umum. Perbedaan dalam menangani keluhan yang sering kali lebih memprioritaskan nasabah tertentu seperti nasabah prioritas, dapat menimbulkan ketidakpuasan di kategori nasabah lainnya.

3. Peluang Promosi Digital yang Tidak Dimanfaatkan Dengan Maksimal

Setiap anggota Divisi RMFT menggunakan metode promosi yang berbeda, promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram juga belum dimanfaatkan dengan maksimal. Sedangkan, promosi digital pada saat ini penting dilakukan karena berpotensi besar untuk menjangkau lebih banyak nasabah,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

khususnya generasi muda. Minimnya kegiatan promosi digital ini mengakibatkan peluang untuk menarik nasabah baru belum dimanfaatkan secara optimal.

Pembahasan

Pembahasan ini mengenai permasalahan di atas, maka cara yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang terjadi yaitu:

1. Kurangnya Komunikasi antara Nasabah dengan Divisi RMFT

Masalah ini dapat diatasi dengan menggunakan sistem pengingat otomatis melalui pesan singkat untuk memastikan nasabah tetap sesuai dengan jadwal pertemuan. Selain itu, jika terjadi pembatalan mendadak oleh nasabah, Divisi RMFT dapat memberikan jadwal alternatif agar nasabah lebih fleksibel dalam menentukan waktu yang sesuai.

2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Divisi RMFT

Keterbatasan sumber daya manusia di Divisi RMFT menghambat pelayanan yang optimal, terutama dalam menangani keluhan nasabah dari berbagai kategori. Solusi dari permasalahan ini yaitu menambah jumlah *staff* di Divisi RMFT, menerapkan standar operasional prosedur (SOP) untuk memastikan keadilan, serta penggunaan teknologi digital seperti *call center*.

3. Peluang Promosi Digital yang Tidak Dimanfaatkan Dengan Maksimal

Solusi dari mengatasi permasalahan ini, Divisi RMFT perlu untuk membuat rencana promosi digital yang lebih terstruktur dan konsisten. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan platform media sosial seperti mempublikasikan layanan, produk, dan program terbaru di WhatsApp, Instagram ataupun Tiktok secara lebih maksimal. Dengan mengevaluasi hasil promosi digital

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dapat membantu untuk melihat tingkat keefektifan dari promosi digital. Sehingga, promosi digital dapat dimanfaatkan dengan lebih optimal agar produk dan layanan dari Bank Rakyat Indonesia dapat dikenal lebih luas terutama oleh generasi muda yang aktif di media sosial.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesimpulan

Kesimpulan yang penulis dapatkan selama 3 bulan melakukan magang terhitung mulai dari tanggal 9 September 2024 sampai dengan 9 Desember 2024. Penulis ditempatkan di Divisi *Relationship Manager Funding and Transaction* (RMFT). Penulis tidak hanya mempelajari bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya, tetapi juga mendapatkan pengalaman baru. Berdasarkan dari pengalaman yang didapatkan penulis, berikut adalah kesimpulan selama magang berlangsung:

1. Penulis mendapatkan pemahaman mengenai strategi dalam menambah jumlah nasabah yang ada di BRI KCP UNAIR Surabaya. Strategi pemasaran melibatkan segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning*.
2. Pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi BRIMO memiliki peran dalam memudahkan layanan bagi nasabah, meskipun masih terdapat keterbatasan pemanfaatan teknologi digital di kalangan tertentu, khususnya nasabah lanjut usia.
3. Divisi RMFT berperan penting dalam mengidentifikasi kebutuhan nasabah, memberikan solusi dan menjaga hubungan baik untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Selain itu juga terdapat beberapa kendala yang dialami oleh Divisi RMFT seperti kurangnya komunikasi antara nasabah dengan Divisi RMFT, sistem pengembalian dana operasional yang membutuhkan waktu, dan keterbatasan sumber daya manusia di Divisi RMFT. Solusi untuk mengatasi kendala tersebut antara lain memanfaatkan teknologi komunikasi digital dan menambah sumber daya manusia agar lebih terkondisi.

Rekomendasi

Berdasarkan analisis selama kegiatan magang berlangsung, penulis memberikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat mendukung kemajuan untuk Bank Rakyat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya dan STIE YKPN Yogyakarta. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang diberikan oleh penulis:

1. Rekomendasi untuk Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya
 - a. Diharapkan Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya untuk memperbarui mesin ATM ke versi yang terbaru.
 - b. Diharapkan Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya untuk menambah *customer service* terutama pada hari-hari tertentu seperti pencairan dana pensiun dan program PIP.
 - c. Diharapkan Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya untuk lebih memanfaatkan promosi dengan menggunakan media sosial.
2. Rekomendasi untuk STIE YKPN Yogyakarta

Rekomendasi yang penulis berikan untuk STIE YKPN Yogyakarta yaitu untuk ke depannya dapat menjalin kerja sama dengan lebih banyak perusahaan guna memberikan kesempatan bagi mahasiswa yang ingin mengambil tugas akhir studi lapangan (magang).

Refleksi Diri

Dengan pengalaman magang di bidang perbankan, penulis memperoleh banyak pengalaman dan wawasan baru. Pada awal melaksanakan kegiatan magang, penulis harus menyesuaikan diri dan beradaptasi dengan lingkungan kerja. Namun, melalui bimbingan dari para mentor dan dukungan dari rekan kerja, penulis berhasil beradaptasi dengan baik. Selama tiga bulan melaksanakan kegiatan magang di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya, penulis terlibat langsung dalam berbagai kegiatan operasional dan pemasaran, seperti membantu melayani nasabah, mempelajari proses administrasi perbankan, serta

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

beberapa kali ikut serta dalam kunjungan nasabah yang dilakukan oleh Divisi *Relationship Manager Funding and Transaction* (RMFT) untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Melalui kegiatan kunjungan nasabah bersama Divisi RMFT, penulis menjadi memahami pentingnya komunikasi dalam kerja tim untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik dan tercapainya tujuan bersama. Pengalaman ini meningkatkan kemampuan penulis dalam berkomunikasi, berpikir kritis, dan mengambil keputusan yang efektif. Di pertengahan masa magang, penulis mendapatkan kesempatan selama beberapa hari untuk belajar bagaimana cara kerja di salah satu cabang Bank Rakyat Indonesia (BRI) Surabaya lainnya. Pengalaman ini menjadi momen penting yang memberikan perspektif baru mengenai perbedaan sistem operasional dan layanan, serta perbedaan cara mendapatkan nasabah di berbagai unit kerja Bank Rakyat Indonesia (BRI) Surabaya.

Secara keseluruhan, pengalaman magang ini tidak hanya memberikan gambaran nyata mengenai dunia kerja tetapi juga mengasah kemampuan adaptasi, komunikasi yang baik, teliti, disiplin, dan *problem solving* penulis. Pengalaman ini akan menjadi bekal penting bagi perjalanan karier penulis di masa depan. Penulis bersyukur atas kesempatan ini dan menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UNAIR Surabaya yang telah membimbing penulis selama masa magang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, E. (2019). Program Pengalaman Lapangan (Magang) Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi. *Jurnal Penjaskesrek*, 6(9), 211–221.
- Faza, A. H., Mutmainah, Kusumadini, L. R., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Perencanaan Bisnis Industri Ritel. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 40–49. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Firdausi, N. I. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Kartajaya, Hermawan, Kotler, P., & Hooi, D. H. (2019). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. World Scientific Book Chapters.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajemen 15thn Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall*.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Sri Aderafika Sani, & Nuri Aslami. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Zahra, A. R., Syahputra, R., & Suhairi, S. (2021). Analisis Komunikasi Dalam Bisnis.

Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 2(1), 25–34.

<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i1.506>

