

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pendidikan memiliki peran krusial dalam membentuk karakter seseorang, terutama dalam menghadapi tantangan dunia kerja. Namun, saat ini pendidikan di perguruan tinggi masih terbatas dalam teori dan praktek pada skala kecil dengan intensitas yang terbatas. Oleh karena itu, diperlukan pembinaan global pekerjaan yang mendukung keterampilan dan keahlian seseorang, sehingga mahasiswa dan mahasiswi dapat menjadi pekerja unggulan di perusahaan tempat mereka bekerja.

Bank Nasional Indonesia (BNI) Cabang Padang telah mengadakan pelatihan kerja untuk melatih mahasiswa dan mahasiswi dalam menghadapi dunia kerja sehingga mereka dapat melepaskan diri dari ikatan akademi dan siap terjun ke dunia kerja. Program Diploma III Universitas Andala bertujuan untuk mengembangkan lulusan akademik yang mampu merespons perubahan dunia kerja melalui praktek operasional di PT Bank Negara Indonesia, Tbk.

BNI telah mengalami transformasi dan pengembangan berkelanjutan untuk tetap relevan dan kompetitif di era modern. Bank ini berkomitmen untuk memberikan akses perbankan yang mudah, aman, dan dapat diandalkan bagi seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Selain layanan perbankan konvensional, BNI juga menghadirkan berbagai produk dan layanan digital inovatif untuk menghadapi tantangan teknologi dan tren perbankan modern.

Sebagai bank yang bertanggung jawab sosial, BNI juga aktif terlibat dalam berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pembangunan berkelanjutan.

Green Marketing, atau pemasaran berkelanjutan, adalah pendekatan pemasaran yang menekankan pada keberlanjutan lingkungan dan sosial. Dalam konteks perbankan, penerapan Green Marketing dapat mencakup beberapa langkah, seperti mendukung proyek berfokus pada energi terbarukan dan investasi berkelanjutan, menggunakan sumber daya dengan efisien, dan meningkatkan kesadaran nasabah tentang praktik keuangan berkelanjutan. BNI Go Green merupakan salah satu program CSR BNI yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasional perusahaan.

Penerapan Green Marketing dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi lingkungan dan masyarakat, tetapi juga bagi profitabilitas perusahaan itu sendiri. Banyak perusahaan mulai menyadari pentingnya membangun perusahaan yang berbasis hijau dan memperhatikan dampak lingkungan dalam operasional bisnisnya.

Meskipun masih ada perusahaan yang belum sepenuhnya memahami pentingnya lingkungan, semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan, tetapi juga harus berkontribusi pada keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Dalam upaya mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, perusahaan-perusahaan, termasuk institusi perbankan seperti BNI, memiliki peran penting dalam menerapkan strategi pemasaran yang ramah lingkungan, berkontribusi pada isu-isu lingkungan, dan menjadi agen perubahan menuju masa depan yang berkelanjutan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengembangkan bagaimana mengelola green marketing di Bank Indonesia (BNI).

## 1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan pertanyaan di atas dan rumusan pertanyaan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen green marketing di Bank Indonesia (BNI).

## 1.4 Manfaat Magang

Magang di BNI memberikan wawasan langsung tentang industri perbankan dan beragam kegiatan yang memahami proses operasional bank. Para peserta dapat mengembangkan keterampilan profesional dan interpersonal, berinteraksi dengan staf berpengalaman, dan memperluas jaringan profesional. Magang ini juga berpotensi menjadi pintu masuk untuk pekerjaan penuh waktu di BNI, memberikan wawasan berharga bagi karir masa depan mereka, terlepas dari bidang pekerjaan yang dipilih. Penelitian dilakukan di Bank Negara Indonesia selama 40 hari dengan menggunakan metode observasi lapangan. Metode observasi ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi melalui observasi langsung di kantor Bank Indonesia (BNI).

## 1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan penulisan laporan ini hanya terfokus pada mekanisme pengelolaan green marketing Bank Indonesia (BNI).



## **1.6 Tempat dan Waktu Magang**

Magang akan dilakukan di Bank Sentral Padang (BNI) di Jl. Jenderal A Yani No. 18, Gurun, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat Durasi magang adalah 40 hari kerja.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, pertanyaan yang diajukan, tujuan penulisan, metode latihan, tempat dan waktu latihan, ruang lingkup pembahasan, dan sistem penulisan..

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua dari tinjauan literatur ini mencakup konsep dan teori tesis. Pada bab ini dijelaskan masing-masing variabel dari perspektif konseptual, yaitu konsep teoritis penjualan personal.

### **BAB III GAMBARAN UMUM KANTOR BANK NASIONAL INDONESIA (BNI).**

Bab ketiga memperkenalkan lokasi guru. Bab ini diawali dengan gambaran umum kantor Bank Negara Indonesia (BNI) Padang, operasionalnya serta visi dan misinya..

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab 4 memaparkan mekanisme pengelolaan green marketing Bank Negara Indonesia (BNI) di Padang dengan menggunakan metodologi penelitian yang dilakukan. Deskripsi harus sesuai dengan kondisi yang terjadi di tempat. Bagian ini akan menjawab rumusan pertanyaan dan tujuan penelitian.

## BAB V PENUTUP

Bab 5 sampul ini berisi kesimpulan dan rekomendasi untuk kegiatan pemuridan. Bagian ini mengharuskan Anda membuat rekomendasi ke Kejaksaan Tinggi Kota Padang untuk memastikan kepentingan jabatan..

