

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang, perkembangan teknologi mengalami perubahan yang sangat pesat atau signifikan. Perubahan tersebut ditunjukkan dengan adanya kemajuan teknologi yang mudah dan efisien. Dengan kemudahan ini, setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat akibat perkembangan teknologi dapat membantu serta mempermudah kegiatan sehari-hari (Siswoyo & Irianto, 2023). Akan tetapi, dengan berkembangnya teknologi ini membuat beberapa macam sektor mengalami persaingan yang sangat ketat. Salah satu sektor yang sering mengalami persaingan yang sangat ketat adalah sektor perbankan. Persaingan yang sering terjadi pada sektor perbankan terdapat pada kualitas layanan yang berbasis digital. Dengan layanan yang berbasis digital, kemajuan teknologi dapat mempermudah nasabah dalam melakukan proses transaksi yang terjadi kapan pun dan di mana pun (Dewi & Suyanto, 2022).

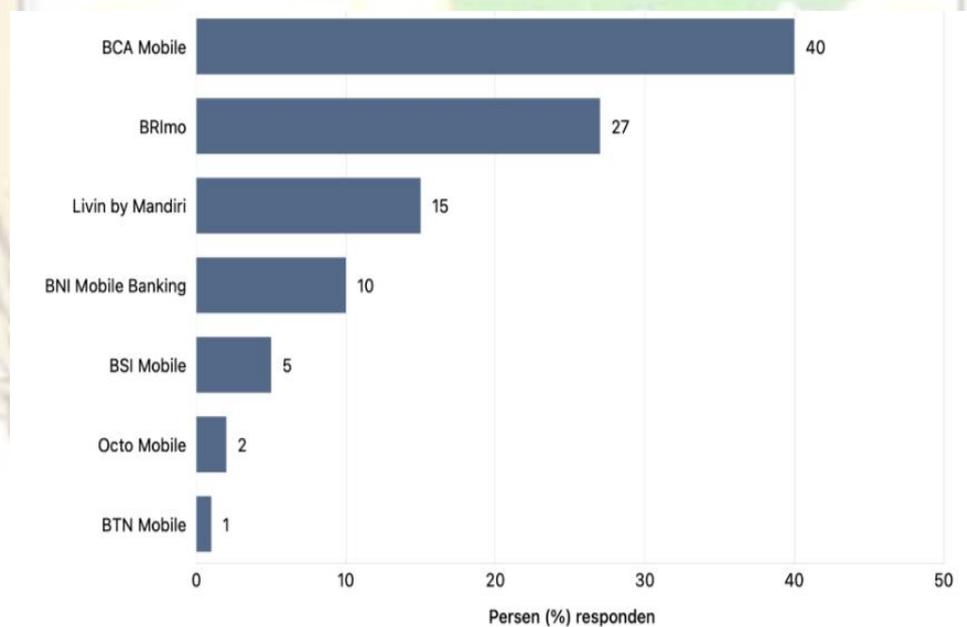
Namun, kemajuan terhadap kualitas layanan digital belum tentu memperoleh kepuasan dari masyarakat, sehingga sektor perbankan perlu lebih meningkatkan dan memberikan kualitas layanan yang terbaik agar dapat memperoleh kepuasan dari masyarakat. Dengan demikian, cara yang dapat untuk meningkatkan kualitas layanan digital dalam sektor perbankan bisa dengan cara menggunakan transformasi digital. Transformasi digital merupakan suatu hal yang terjadi akibat perubahan bentuk atau peningkatan kualitas agar tidak terjadinya kebosanan terhadap teknologi tersebut.

Maka dari itu, transformasi digital bukan lagi termasuk pilihan, melainkan termasuk ke dalam kebutuhan strategis yang memiliki tujuan dalam menjaga daya saing serta memperhitungkan perubahan ekonomi global (Ardianto et al., 2024). Oleh karena itu, salah satu kualitas layanan digital yang perlu dikembangkan dalam sektor perbankan dengan menggunakan cara transformasi digital adalah aplikasi *mobile banking*.

Aplikasi *mobile banking* merupakan salah satu aplikasi yang diluncurkan oleh sektor perbankan dengan menggunakan ponsel pintar. Aplikasi ini pertama sekali diciptakan pada akhir tahun 2000-an yang kemudian akan dikembangkan seiring berjalannya waktu. Secara umum, *mobile banking* merupakan teknologi penyampaian data yang menyediakan fasilitas atau layanan perbankan dengan memakai alat komunikasi bergerak seperti ponsel atau *General Package Radio Service* (GPRS) yang saluran distribusinya dapat mengakses rekening yang dimiliki oleh nasabah. Selain itu, menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018) *mobile banking* juga merupakan aplikasi *mobile* yang dikeluarkan pertama sekali oleh perbankan untuk memberikan penemuan baru dalam layanan terhadap nasabah dengan menggunakan ponsel sebagai alat yang dapat memungkinkan berbagai macam transaksi perbankan untuk dilakukan serta mempunyai jenjang kecanggihan yang lebih memuaskan (Sihotang & Hudi, 2023). Dengan menggunakan ponsel sebagai sarananya, layanan dalam *mobile banking* dapat digunakan melalui menu yang sudah tersedia dalam aplikasi yang bisa diunduh oleh nasabah (Panjaitan & Hamoraon, 2023). Oleh sebab itu, aplikasi *mobile banking* menyediakan kemudahan dalam mengakses dibandingkan dengan *SMS banking* karena format dari *SMS banking* yang akan dikirim kepada bank serta nomor tujuan dari *SMS banking* tidak

perlu lagi diingat oleh nasabah. Dengan demikian, dengan adanya aplikasi *mobile banking* dapat memungkinkan industri perbankan bisa menyediakan layanan tersebut.

Salah satu, industri perbankan yang menerapkan penggunaan aplikasi *mobile banking* adalah Bank Negara Indonesia (BNI). Aplikasi yang diluncurkan oleh Bank Negara Indonesia (BNI) pertama kali yaitu aplikasi BNI Mobile Banking. Aplikasi BNI Mobile Banking merupakan salah satu contoh nyata dari adaptasi bank terhadap kebutuhan nasabah yang memiliki keinginan untuk dapat memperoleh kemudahan dan kecepatan dalam mengakses layanan perbankan. Dengan berbagai macam fitur yang beragam, BNI Mobile Banking tidak hanya mempermudah dalam transaksi saja, akan tetapi juga memberikan akses yang lebih luas kepada nasabah dalam mengelola keuangan mereka.



Gambar 1. 1 Proporsi Mobile Banking yang Paling Diminati Responden Indonesia (Mei 2024)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan databoks di atas, lembaga riset Populix mengemukakan tentang proses menghimpun dana dengan melalui aplikasi layanan yang menggunakan perangkat gawai atau yang sering dikenal masyarakat dengan sebutan *mobile banking* menjelaskan bahwa aplikasi ini merupakan perangkat yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut hasil survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset Populix, BNI Mobile Banking pada bulan Mei 2024 masih menduduki peringkat keempat yang mana untuk peringkat tiga besar masih diperoleh oleh BCA Mobile, BRImo, dan Livin by Mandiri. Dari peringkat di atas terdapat persentase responden yang dimiliki dari masing-masing *mobile banking* pada sektor perbankan. Peringkat pertama diduduki oleh BCA Mobile yang merupakan aplikasi *mobile banking* yang paling digemari atau diminati bagi masyarakat Indonesia, yang mana hasil responden yang diterima sebesar 40% dari 1.832 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa layanan yang sudah diberikan oleh BCA Mobile telah memperoleh kepuasan dari masyarakat. Selanjutnya, pada peringkat kedua diduduki oleh BRImo dengan persentase responden sebesar 27% responden, yang mana aplikasi BRImo mempunyai layanan yang cukup memuaskan setelah BCA Mobile. Untuk peringkat yang ketiga diduduki oleh Livin by Mandiri yang mana persentasenya diperoleh sebesar 15% responden. Kemudian dilanjutkan dengan peringkat keempat diduduki oleh BNI Mobile Banking dengan memperoleh persentase responden sebesar 10% responden. Dari hasil responden yang sudah diperoleh untuk BNI Mobile Banking, hanya memperoleh responden seperempat dari responden BCA Mobile. Hal ini, disimpulkan bahwa aplikasi BNI Mobile Banking masih kurang diminati oleh masyarakat dan fitur-fitur dari aplikasinya masih kurang memuaskan.

Karena aplikasi BNI Mobile Banking masih kurang diminati, untuk itu lahirlah terobosan terbaru yang terjadi akibat transformasi digital. Wondr by BNI merupakan terobosan terbaru dari aplikasi BNI Mobile Banking. Aplikasi Wondr by BNI ini diciptakan pada saat ulang tahun BNI yang ke 78 pada tanggal 5 Juli 2024. Aplikasi ini diciptakan agar nasabah merasa puas dengan produk dari BNI, dan juga hal ini untuk meningkatkan minat nasabah terhadap aplikasi Wondr by BNI. Akan tetapi, karena aplikasi Wondr by BNI masih dikategorikan masih baru, maka perlu dilakukan teknik pemasaran agar dapat memperkenalkan aplikasi ini kepada masyarakat luas. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak beranggapan bahwa aplikasi BNI Mobile Banking masih aplikasi yang dipakai hingga saat ini. Dengan demikian, Bank Negara Indonesia (BNI) mulai meluncurkan teknik pemasaran terhadap aplikasi Wondr by BNI dengan menggunakan teknik pemasaran *soft selling*.

Soft selling adalah suatu penjualan dengan menggunakan pendekatan serta pemasaran secara halus yang tidak mewajibkan konsumen untuk membeli. Sedangkan teknik *soft selling* merupakan teknik penjualan yang dilakukan dengan tidak membuat konsumen merasa tertekan serta daya dorongnya yang berlebihan membuat teknik *soft selling* untuk berfokus pada tindakan yang halus dan memakai bahasa yang kasual (Kurniawati, 2022). Dengan menggunakan bahasa yang kasual, maka teknik *soft selling* didirikan dengan menggunakan teori dasar komunikasi (Faizaty & Laili, 2021). Oleh karena itu, dengan adanya teknik *soft selling* masyarakat dapat lebih nyaman dalam memperoleh informasi mengenai aplikasi Wondr by BNI.

Dengan menggunakan teknik tersebut pasti ada salah satu bank yang akan

menjadi objek dalam penerapan teknik *soft selling*. Bank Negara Indonesia (BNI) kota Solok yang akan menjadi objek dalam penerapan teknik *soft selling* dalam aktivasi Wondr by BNI. Bank ini menjadi objek karena merupakan satu-satunya Bank Negara Indonesia (BNI) yang berdiri sendiri di kota Solok. Hal tersebut dapat mempermudah dalam menggali informasi baik dalam bentuk eksternal maupun internal. Oleh karena itu, Bank Negara Indonesia (BNI) kota Solok termaksud objek penelitian yang perlu diteliti.

Berdasarkan penjelasan yang telah diterangkan di atas, penulis tertarik mengangkat dan mengetahui lebih lanjut mengenai judul dari Tugas Akhir yaitu **“Teknik Pemasaran *Soft Selling* Terhadap Aktivasi Wondr by BNI Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Kota Solok”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan oleh penulis maka dapat disimpulkan permasalahan yang dapat diteliti oleh penulis di antaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana Teknik Pemasaran *Soft Selling* Terhadap Aktivasi Wondr by BNI Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Kota Solok?
2. Bagaimana pendapat nasabah tentang Teknik Pemasaran *Soft Selling* Terhadap Aktivasi Wondr by BNI Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Kota Solok?
3. Berapa pencapaian yang diperoleh dalam Penerapan Teknik Pemasaran *Soft*

Selling Terhadap Aktivasi Wondr by BNI Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Kota Solok?

4. Apa saja hambatan dan tantangan dalam Efektivitas Teknik Pemasaran *Soft Selling Terhadap Aktivasi Wondr by BNI Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Kota Solok?*

1.3 Tujuan Magang

1.3.1 Tujuan Umum Magang

Ada beberapa tujuan umum yang diperoleh saat melakukan proses magang, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tempat untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan dan ancaman yang akan dialami dalam dunia pekerjaan serta menambah relasi untuk mengembangkan jaringan profesional.
2. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan dan memenuhi pembuatan tugas akhir dalam program studi diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Sebagai tempat untuk mempraktikkan wawasan, ilmu dan pengetahuan yang didapat dalam masa perkuliahan.

1.3.2 Tujuan Khusus Magang

Ada beberapa tujuan khusus yang diperoleh saat magang, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk melatih keterampilan serta keahlian dalam memasarkan suatu produk yang terdapat pada bank.

2. Untuk menggali informasi atau data mengenai pengguna yang memakai aplikasi Wondr by BNI.
3. Untuk mengetahui lebih spesifik dan meneliti lebih lanjut mengenai pendapat nasabah tentang Teknik Pemasaran *Soft Selling* Terhadap Aktivasi Wondr by BNI.

1.4 Manfaat Magang

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Melatih sikap profesionalisme, komunikasi yang baik, serta menambah relasi agar dapat mengenal satu sama lain.
2. Memperoleh pengetahuan dan wawasan mengenai pekerjaan yang dilakukan serta meningkatkan kemampuan atau keterampilan dalam pelayanan, pengoperasian, dan penampilan.
3. Mengetahui suasana lingkungan kerja yang profesional, memahami proses pekerjaan yang dilakukan, serta mengetahui tanggung jawab apa saja yang terima oleh masing-masing unit.

1.4.2 Bagi Universitas

1. Meningkatkan akreditasi universitas maupun jurusan karena memperoleh lulusan terbaik.
2. Sebagai ajang promosi untuk memperkenalkan diri mengenai keunggulan dan kelebihan dari universitas terhadap khalayak umum.
3. Menambah wawasan, referensi, dan acuan bagi pembaca mengenai judul Teknik Pemasaran *Soft Selling* terhadap Aktivasi Wondr by BNI pada PT

Bank Negara Indonesia (BNI) Kota Solok.

1.4.3 Bagi Bank

1. Penambahan tenaga kerja sehingga dapat membantu proses pengoperasian yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Menemukan pekerja yang potensial, bisa berkomunikasi dengan baik, mudah beradaptasi, dan cepat tanggap.
3. Mendapatkan ide-ide yang menarik dari anak magang yang sesuai dengan minat dari kalangan generasi muda sehingga dapat mengembangkan produk - produk yang akan diproduksi.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Studi Pustaka

Studi pustaka ini dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan meneliti. Studi ini biasanya ditemukan melalui beberapa sumber yaitu jurnal, artikel, tugas akhir dan buku ilmiah. Untuk itu studi ini sangat diperlukan agar penulis dapat menjadikan referensi dan acuan sehingga penulis dapat memperoleh hasil yang memuaskan dalam melakukan penulisan sesuai judul yang telah diangkat.

1.5.2 Studi Lapangan

1. Data Primer

Studi ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap nasabah mengenai Teknik Pemasaran *Soft Selling* terhadap Aktivasi Wondr by BNI pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kota Solok.

2. Data Sekunder

Studi ini dilakukan dengan cara laporan tidak langsung, laporan ini diperoleh dari data perusahaan yang mencakup mengenai nama nasabah, nomor rekening dan umur nasabah,

1.6 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang

Agar pelaksanaan magang ini berjalan lancar dan sesuai prosedur, maka perlu ditentukan waktu magang yang akan dilaksanakan. Untuk itu waktu magang ini akan dilakukan selama 40 hari kerja dari 6 Januari 2025 sampai 5 Maret 2025.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penulisan Tugas Akhir agar terlihat lebih tersusun dan terstruktur maka penulis perlu membuat sistematika atau kerangka dalam penulisan proposal magang ini berikut penyusunan sistematikanya yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab I pendahuluan berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode penelitian, tempat dan waktu pelaksanaan magang, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab II menjelaskan mengenai teori-teori atau filosofi tentang efektivitas, pemasaran, *soft selling*, dan Wondr by BNI.

BAB III: Gambaran Umum Bank

Bab III menjelaskan mengenai gambaran umum bank yang meliputi sejarah berdirinya bank, visi dan misi dari bank, budaya perusahaan, logo bank serta makna logo bank, struktur bank dan ikhtisar jabatan, tanggung jawab serta kualifikasi dari struktur bank.

BAB IV: Pembahasan

Bab IV menjelaskan hasil dan pengamatan yang didapat saat proses magang mengenai **“Teknik Pemasaran *Soft Selling* terhadap Aktivasi Wondr by BNI pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kota Solok”**.

BAB V : Penutup

Bab V menjelaskan tentang kesimpulan, saran dan masukan terhadap pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya.

