BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1. Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi mahasiswa dituntut agar aktif dan memahami segala aktivitas rutin maupun insidental dari kegiatan kehumasan.

Adapun Kegiatan yang dilaksanakan di Bank Rakyat Indonesia Cabang Setiabudhi adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Kegiatan Kerja Lapangan

No.	Hari	Tanggal	Waktu	Kegiatan	Keterangan	
					Rutin	Insidental
1.	Senin	15 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pemberian pengarahan dari pembimbing Praktek Kerja Lapangan, pengarahan ini berupa prosedur pelaksanaan. - Pelayanan nasabah		V
2.	Selasa	16 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan Nasabah		

No.	Hari	Tanggal	Waktu	Kegiatan	Keterangan	
					Rutin	Insidental
2.	Selasa	16 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Membantu menulis penyetoran nasabah	V	
3.	Rabu	17 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah - Membantu menulis penyetoran nasabah	V	
4.	Kamis	18 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah - Membantu menulis penyetoran nasabah	V	
5.	Jumat	19 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan Nasabah - Membantu memasukan register kartu ATM		V
6.	Senin	22 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan Nasabah - Memasukan Pinjaman Data KUR (Kredit Usaha Rakyat)		V
7.	Selasa	23 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah		

No.	Hari	Tanggal	Waktu	Kegiatan	Keterangan	
					Rutin	Insidental
	Selasa	23 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Memasukan data pinjaman data KUR (Kredit Usaha Rakyat)		V
8.	Rabu	24 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah - Pengecekan jaminan nasabah KUR (Kredit Usaha Rakyat)		V
9.	Kamis	25 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah - Memasukan pinjaman data KUR (Kredit Usaha Rakyat)		V
10.	Jumat	26 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah - Memasukan pinjaman data KUR (Kredit Usaha Rakyat)		V
11.	Senin	29 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah		

No.	Hari	Tanggal	Waktu	Kegiatan	Keterangan	
					Rutin	Insidental
10.	Senin	29 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pembuatan rekening tabungan		V
11.	Selasa	30 Juli 2013	07.30 – 16.00	- Pelayanan nasabah - Pembuatan rekening tabungan		V

Sumber : Arsip Penulis 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan dan Contoh

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis melakukan beberapa kegiatan yang bersifat rutin dan insidental, kegiatan rutin yaitu kegiatan yang setiap hari di lakukan, sedangkan kegiatan insidental yaitu kegiatan yang di lakukan hanya waktu – waktu tertentu saja. selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Adapun Kegiatan yang dilaksanakan di Bank Rakyat Indonesia Cabang Setiabudhi adalah sebagai berikut :

2.2.1. Pelayanan Nasabah

Awal memulai kegiatan PKL setiap harinya penulis membantu *Costumer Service* dengan beberapa pengarahan, serta bagaimana melayani seorang nasabah dengan baik. Jadi Pada kegiatan pelayanan nasabah ini penulis ikut terjun langsung melayani nasabah yaitu dari kebutuhan nasabah, membantu nasabah jika nasabah mengalami masalah atau kesulitan yang berhubungan dengan masalah pada tabungan nasabah, dan membantu pengecekan transferan uang.

Gambar 2.1

Customer Service



Sumber : Dokumen penulis 2013

2.2.2. Membantu Menulis Penyetoran

Pada kegiatan ini sebenarnya masih termasuk dalam kegiatan pelayanan nasabah yang juga membantu *Costumer Service*. Pada kegiatan ini disini penulis membantu nasabah yang datang, jika seorang nasabah tidak mengerti menulis pada slip penyetoran maupun slip tabungan disini penulis membantu nasabah tersebut.

Gambar 2.2

Membantu Penulisan Nasabah



Sumber : Dokumen Penulis 2013

2.3 Deskripsi Kegiatan Insidental Selama Praktek Kerja Lapangan

Kegiatan insidental merupakan kegiatan yang terjadi atau dilakukan hanya pada kesempatan atau waktu – waktu tertentu saja. Jadi dapat dikatakan bahwa kegiatan insidental merupakan kegiatan yang secara tidak tetap atau tidak rutin.

Selama penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi, terdapat kegiatan insidental yang melibatkan penulis untuk turut membantu dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Kegiatan insindental tersebut yaitu :

2.3.1 Pengarahan dan Perkenalan Karyawan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi

Pada Praktek Kerja lapangan (PKL) di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi, dimana penulis di arahkan oleh Pemimpin

Cabang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi untuk diperkenalkan satu persatu kepada seluruh karyawan yang berkerja di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi termasuk Pemimpin Cabang nya sendiri dan juga siapa yang menjadi pembimbing penulis nantinya selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi.

Setelah melakukan perkenalan, penulis diberi arahan dan perkenalan mengenai kegiatan selama melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang nantinya berlangsung.

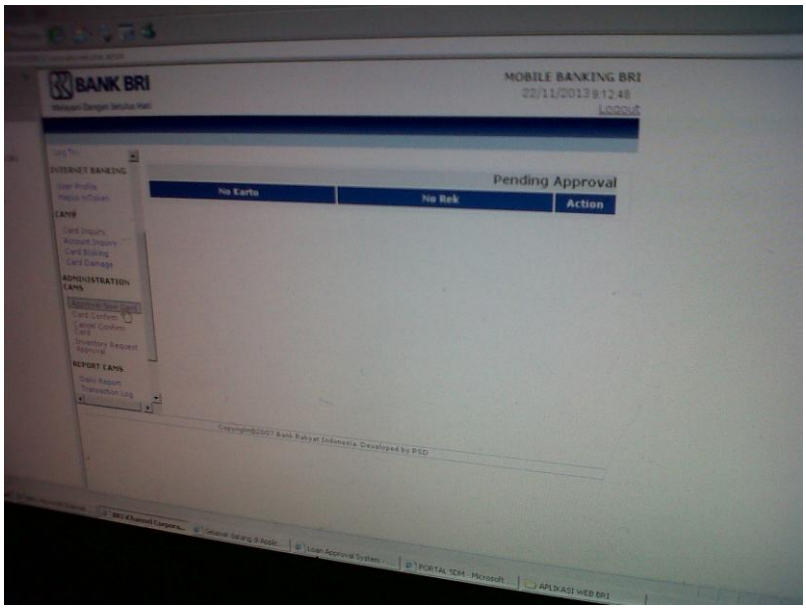
Adapun kegiatan - kegiatan yang penulis laksanakan yang diarahkan oleh pembimbing pada hari pertama dan seterusnya selama 1 bulan ke depan dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah membantu seluruh kerjaan karyawan yang ada di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Setiabudhi.

2.3.2. Membantu Memasukan Register Kartu ATM Baru

Pada kegiatan ini merupakan kegiatan insidental ataupun kegiatan yang tidak rutin dilakukan oleh penulis. Kegiatan membantu memasukan register kartu ATM baru adalah penulis disini membantu *Costumer Service* memasukan No. Register Kartu ATM baru di aplikasi *Microsoft Office Excel* yang dilihat dibelakang kartu ATM tersebut dan dimasukan No. Pin Register kartu ATM nya secara berurut.

Gambar 2.3

Pembuatan ATM Baru



Sumber : Dokumen Penulis 2013

2.3.3 Memasukan Pinjaman Data dan Pengecekan Jaminan Nasabah KUR (Kredit Usaha Rakyat)

Pada Kegiatan ini Penulis Membantu Costumer Service menulis atau memasukan data-data nasabah yang mengambil pinjaman KUR (kredit Usaha Rakyat).

KUR (kredit Usaha Rakyat) Adalah Kredit untuk pembiayaan usaha produktif segment mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang layak/ feasible namun belum bankable untuk modal kerja dan/atau kredit investasi melalui pola pembiayaan secara langsung maupun tidak langsung *(linkage)* yang dijamin oleh Lembaga Penjamin Kredit dengan kriteria sebagai berikut:

- Tidak sedang menerima kredit dari perbankan/kredit program dari pemerintah
- UMKMK yang sedang menerima kredit konsumtif dari perbankan : Kredit Pemilikan Rumah, Kredit Kendaraan Bermotor, Kartu Kredit, dan Kredit Konsumtif lainnya diperbolehkan menerima KUR

2.3.4 Membuka Pembuatan Rekening Tabungan Baru untuk Nasabah

Pada Kegiatan ini Penulis terjun langsung melayani nasabah dan diperkenankan membuka cara pembuatan rekening tabungan baru untuk nasabah. sebenarnya pada kegiatan ini hanya boleh dilakukan oleh seorang *Costumer Service* karena memerlukan pin yang hanya boleh diketahui oleh setiap *Costumer Service*.

Tabungan dari Bank BRI, dengan *system Real Time On-Line* di seluruh Indonesia Nasabah dapat melakukan penyetoran dan penarikan tunai di Unit Kerja Bank BRI dan dilengkapi dengan fasilitas BritAma Prime Card.

2.4 Analisis Kegiatan Costumer Service

Costumer Service yaitu merupakan aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan,pemprosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi demi mempererat kerjasama dengan konsumen.

Kegiatan Public Relation adalah kegiatan yang ditunjukan untuk publiknya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan public Relation terbagi menjadi dua yaitu *Eksternal Publik Relation* dan *Internal Public Relation* :

2.4.1 Eksternal Public Relation

Hubungan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa berkerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya.

Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan publik eksternal secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti dan sempurna berdasarkan fakta sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

Masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan external publik relation meliputi sebagaimana memperluas pasar bagi produksinya, memperkenalkan produksinya kepada masyarakat, mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat, memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan , memelihara hubungan baik dengan pers, dan para *opinion leader*, memelihara hubungan baik dengan publik dan para pemasok yang berhubungan dengan operasional perusahaan dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat.

- Tindakan-tindakan yang harus dilakukan *external publik relation* seperti :

  Menganalisa, menilai sikap dan opinion pblik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan perusahan dalam menggerakan pegawainya dan menerapkan metodenya mengadakan koreksi dan saran kepada pimpinan perusahaan, terutama kegiatan yang mendapat sorotan atau kritikan publik.

  Mempersiapkan bahan-bahan penerangan dan penjelasan yang jujur dan objektif agar publik tetap memperoleh kejelasan segala aktivitas dan perkembangan perusahaan ikut membantu pimpinan dalam hal menyusun atau memperbaiki informasi staf ke arah yang efektif mengadakan penyelidikan atau penelitian tentang kebutuhan, kepentingan dan selera publik akan barang-barang yang dihasillkan perusahaan.

  Kegiatan external publik relation ini ditunjukan untuk publik external organisasi/perusahaan, yaitu keseluruhan elemen dengan perusahaan seperti masyarakat sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen, pesaing dan lain sebagainya melalui kegiatan esternal ini, diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. Dengan begitu maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi/perusahaan dengan publik eksternalnya, sehingga dapat menimbulkan citra baik atas perusahaan dimata publiknya.

- Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh seorang *public relation officer*, yaitu :

  a. Hubungan dengan komunitas (*community relation*)

     Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian perusahan terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih perusahaan kepada komunitas. Dengan begitu menunjukan bahwa perusahan tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Hubungan dengan komunitas ini seringkali diwujudkan dalam program *Corporate Social Responsibility*.

  b. Hubungan dengan pelanggan (*costumer relation*)

     Membina hubungan baik dengan pelanggan, dilakukan agar dapat meningkat loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan itu sendiri. Menurut Seitel (2001 : 445) tujuan hubungan konsumen antara lain (1) mempertahankan pelanggan lama, (2) menarik pelanggan baru, (3) memasarkan/ memperkenalkan produk atau jasa baru, pelanggan baru, (4) memudahkan keluhan pelanggan dan (5) mengurangi biaya. *Costumer Relation* dilakukan dengan berbagai cara, antara lain plant tour, iklan, film, pameran, publisitas, brosur, dan *special events.*

c. Hubungan dengan media massa dan pers (*Media & Press Relation)*

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaraan aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Dengan hubungan baik dengan media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaaan-pemberitaan negatif atau salah tentang perusahaan di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan memalui kontak formal. Bentuk hubungan melalui kontak formal antara lain konfrensi pers, wisata pers (*press tour*), taklimat pers (*press gathering).*

d. Hubungan dengan pemerintah (*government relation)*

Hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan perusahaan dalam menyelesaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum.

- Contoh public eksternal PR dalam suatu perusahaan :
- Masyarakat : orang yang nantinya akan membantu kelancaraan proses distribusi bahkan saja sekaligus menjadi konsumennya.
- Konsumen : Pemakai produk dari suatu perusahaan
- Internet : bisa menaikan jumlah pembelian produk dengan cara melakukan penjualan online.

- Media : bisa menaikan penjualan dengan memasang iklan yang menarik di media.
- Pasar : pasar yang strategis dan kondusif akan memudahkan pendistribusian produk.
- Transportasi : transportasi yang baik melancarkan distribusi produk.
- Cuaca : mempengaruhi pendistribusian produk.

2.4.2 Internal Public Relation

Kegiatan Internal Public Relation merupakan kegiatan yang ditunjukan untuk publik internal organisasi/perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya.

Melalui kegiatan Internal Public Relation diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan opersional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

- Kegiatan hubungan internal yang dilakukan oleh seorang Public Relation Officer, yaitu :
  a. Hubungan Dengan Karyawan (*Employee Relation*)

     Seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui

kritik dan daran mereka sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Karena dengan diadakan program Employee Relation diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Sehingga dapat menciptakan rasa memilki (sense of belonging), motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

b. Hubungan dengan pemegang saham (stockholder relations)

Seorang PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan pemegang saham, serta mampu mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi/perusahaan. Karena sebagai penyandang dana, mereka harus selalu tahu perkembangan perusahaan secara transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap perusahaan.

- Contoh Public Internal PR dalam suatu perusahaan :
- Pimpinan : Memegang kendali agar perusahaan tetap kokoh.
- Pemegam saham : Membantu pimpinan dalam mengendalikan perusahaan.

- Karyawan: Secara tidak langsung dan langsung ikut serta mengendalikan perusahaan.
- Peralatan perusahaan : Kalau tidak ada peralatan,perusahaan tidak dapat memproduksi produk.
- Produk : Merupakan bagian internal terpenting dalam suatu perusahaan.
- Gaji : Kalau gaji layak maka karyawan akan semakin giat untuk memproduksi produk

2.5 Analisis Kegiatan PR

Pelayanan Nasabah

- *Customer Service* berasal dari dua kata yaitu Customer yang berarti pelanggan dan Service yang berarti pelayanan. Pelayanan menurut Kasmir, S.E., M.M., diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberian kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Sedangkan Pelayanan Nasabah atau Customer Service menurut Buku Operasional Bank Rakyat Indonesia adalah kelompok kerja pelayanan yang merupakan himpunan dari pegawai yang profesional dibidang pelayanan dan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan kepada nasabah, dengan cara memenuhi harapan dan kebutuhannya.

- Perbedaannya Etiket dan Etika antara lain yaitu :

  a. Etiket menyangkut cara suatu perbuatan harus dilakukan manusia. Diantara beberapa cara yang mungkin, etiket menunjukkan cara yang tepat, artinya cara yang diharapkan serta ditentukan dalam suatu kalangan tertentu

     Etika tidak terbatas pada cara dilakukannya suatu perbuatan. Etika menyangkut pilihan yaitu apakah perbuatan boleh dilakukan atau tidak.

  b. Etiket hanya berlaku dalam pergaulan. Bila tidak ada saksi mata, maka etiket tidak berlaku. Etika selalu berlaku meskipun tidak ada saksi mata, tidak tergantung pada ada dan tidaknya seseorang.

  c. Etiket bersifat relatif artinya yang dianggap tidak sopan dalam suatu kebudayaan, isa saja diangap sopan dalam kebudayaan lain.

     Etika jauh lebih bersifat absolut. Prinsip-prinsipnya tidak dapat ditawar lagi.

  d. Etiket hanya memadang manusia dari segi lahiriah saja.

     Etika menyangkut manusia dari segi dalam. Orang yang bersikap etis adalah orang yang sungguh-sungguh baik.

- Kepuasan dan Ketidakpuasan menurut para ahli :
- Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian *(disconfirmation)* yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau

norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya

- Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa
- Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2001 : 24)
- Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52).
- Metode-metode Mengamati dan Mengukur Kepuasan Pelanggan
- Perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut untuk mengukur kepuasan pelanggan :

  a. Sistem keluhan dan saran

     Misalnya menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, customer hot lines, memperkerjakan petugas pengumpulan pendapat/keluhan pelanggan, dan lain-lain.

  b. Survei kepuasan pelanggan

     Survei bisa dilakukan dengan kuesioner (dikirim lewat pos atau dibagikan pada saat pelanggan berbelanja), lewat telepon, email, faks atau dengan wawancara langsung.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli dari perusahan atau mereka yang telah beralih pemasok

d. *Ghost shooping (mystery shooping)*

Perusahaan menggunakan ghost shooper untuk mengamati kekuatan dan kelemahan produk serta layanan perusahaan dan pesaing.

e. *Sales-related methods*

Kepuasan pelanggan diukur dengan kriteria pertumbuhan penjualan, pangsa pasar dan rasio pembelian ulang

f. *Customer panels*

Perusahaan membentuk panel pelanggan yang nantinya dijadikan sampel secara berkala untuk mengetahui apa yang mereka rasakan dari perusahaan dan semua pelayanan perusahaan.

- Pengertian Nasabah
- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, na•sa•bah ialah :

a. Orang yg biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan); pelanggan: bank itu mengadakan malam perkenalan dengan para--nya;

b. Orang yang menjadi tanggungan asuransi: petugas asuransi itu dituduh menggelapkan uang.

c. Perbandingan; pertalian

- Sedangkan menurut kamus perbankan mendefinisikan nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank (Saladin, 1994:374). Nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (Tim penyusun kamus pusat Bahasa, 2003 : 775).