

TUGAS AKHIR
LAPORAN AKTIVITAS MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)

AKTIVITAS TRANSACTION MONITORING AND
COMPLIANCE PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT
INDONESIA (PERSERO) TbkJAKARTA



AINNI MALLISA
1810121037

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

TUGAS AKHIR
LAPORAN AKTIVITAS MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)

AKTIVITAS *TRANSACTION MONITORING AND*
***COMPLIANCE* PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT**
INDONESIA (PERSERO) Tbk JAKARTA



Diajukan Sebagai Laporan Program Magang Mahasiswa Bersertifikat
(PMMB) BUMN Batch II pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
(BRI Pusat) Jakarta Tahun 2022

AINNI MALLISA
1810121037

UNIVERSITAS FAJAR

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

**TUGAS AKHIR
LAPORAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)**

**AKTIVITAS *TRANSACTION MONITORING AND COMPLIANCE*
PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
JAKARTA**

disusun dan diajukan oleh

**Ainni Mallisa
1810121037**

telah diperiksa dan disetujui untuk di ujikan

Jakarta, 18 Maret 2022

Penanggung Jawab Magang MBKM,



Yulhaidir, S.Ksi., M.I.Kom

Mengetahui :
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar
Makassar



Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

TUGAS AKHIR

AKTIVITAS TRANSACTION MONITORING AND COMPLIANCE PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk JAKARTA

disusun dan diajukan oleh

Ainni Mallisa
1810121037

Telah dipertahankan dalam sidang ujian MBKM akhir/skripsi
pada tanggal **18 Maret 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

NO	NAMA PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Abdul Jalil, S.Ksi., M.I.kom	Sekretaris	2. 
3.	Yulhaidir, S.Ksi., M.I.Kom	Anggota	3. 
4.	Akbar Abu Thalib, S.I.Kom., M.I.Kom	Anggota	4. 

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Universitas Fajar
Makassar



PRODI KOMUNIKASI
Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ainni Mallisa
Nomor Stambuk : 1810121037
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang/Konsentrasi : Program S1/Public Relation
Universitas : Universitas Fajar Makassar
Judul Laporan Tugas Akhir : **AKTIVITAS TRANSACTION MONITORING AND COMPLIANCE PRODUK DAN JASA PT.BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk JAKARTA**

Penanggung Jawab MBKM,

Pembimbing MBKM,


(Yulhaidir, S.Ksi., M.I.Kom)


(Rosmarini)

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar
Makassar


UNIVERSITAS FAJAR
DEKAN FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
(Dr. Yusmanizar, S.Sos. M.I.Kom)

LEMBAR PENILAIAN

Nama : Ainni Mallisa
Nomor Stambuk : 1810121037
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang/Konsentrasi : Program S1/Public Relations

No.	Jenis Penilaian	Hasil Penilaian		keterangan
		Angka	Huruf	
1	Wawasan	85	A	
2	Kompetensi Keilmuan	85	A	
3	Inisiatif	85	A	
4	Disiplin	85	A	
5	Tanggung Jawab	85	A	
6	Tata Krama Dan Hubungan Internal Sesama Pegawai	85	A	
7	Kehadiran	85	A	
	Rata-Rata	85	A	

Keterangan Nilai:

85<= A

81-84 =A-

76-80 =B+

71-75 =B

66-70 =B-

61-65=C+

51-60=C

46-50=D

<45=E

Mengetahui,

Pembimbing Lapangan MBKM


(Rosmarini)

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainni Mallisa

Nim : 1810121037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa Tugas Akhir Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang berjudul **“AKTIVITAS TRANSACTION AND COMPLIANCE PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk JAKARTA”** adalah karya ilmiah saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya di dalam tugas akhir MBKM ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam tugas akhir MBKM ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,


(Ainni Mallisa)

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan *Laporan Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB)* ini dengan baik, dimana laporan ini merupakan kegiatan wajib pada Program Studi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial di Universitas Fajar Makassar sebagai tahap menyelesaikan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi/S1 (S.I.Kom).

Laporan ini dibuat sebagai kegiatan yang dapat mendeskripsikan kegiatan magang PMMB BUMN agar dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan sebagai bahan pertanggung jawaban penulis terhadap kegiatan magang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI Pusat) *Jakarta*. Meskipun laporan ini jauh dari kata sempurna dan penulis sering kali menemukan hambatan saat sedang menulis laporan ini, berkat doa dan dukungan dari berbagai pihak semua masalah dapat teratasi dengan baik dan penulis dapat menyelesaikan laporan magang PMMB yang berjudul **“AKTIVITAS TRANSACTION MONITORING AND COMPLIANCE PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk JAKARTA”**.

Penulis berterima kasih kepada kedua orang tua Ayah Natan Sara dan Ibu Paulina Gadi yang selalu mendukung dan mendoakan penulis. Kepada Wilda dan Wilson sebagai kakak yang selalu membantu baik dalam doa, dukungan, bahkan

materi. Buat semua keluarga dan orang-orang baik yang selalu ada, penulisucapkan terima kasih.

Terima kasih juga kepada Bapak Yulhaidir S.Ksi, M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing atas waktu dan tenaga yang sudah diluangkan untuk membimbing, memotivasi, memberikan bantuan berupa diskusi dan membantu merevisi agar laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

Melalui laporan ini penulis juga berkesempatan untuk menyampaikan rasa terima kasih dan hormat kepada:

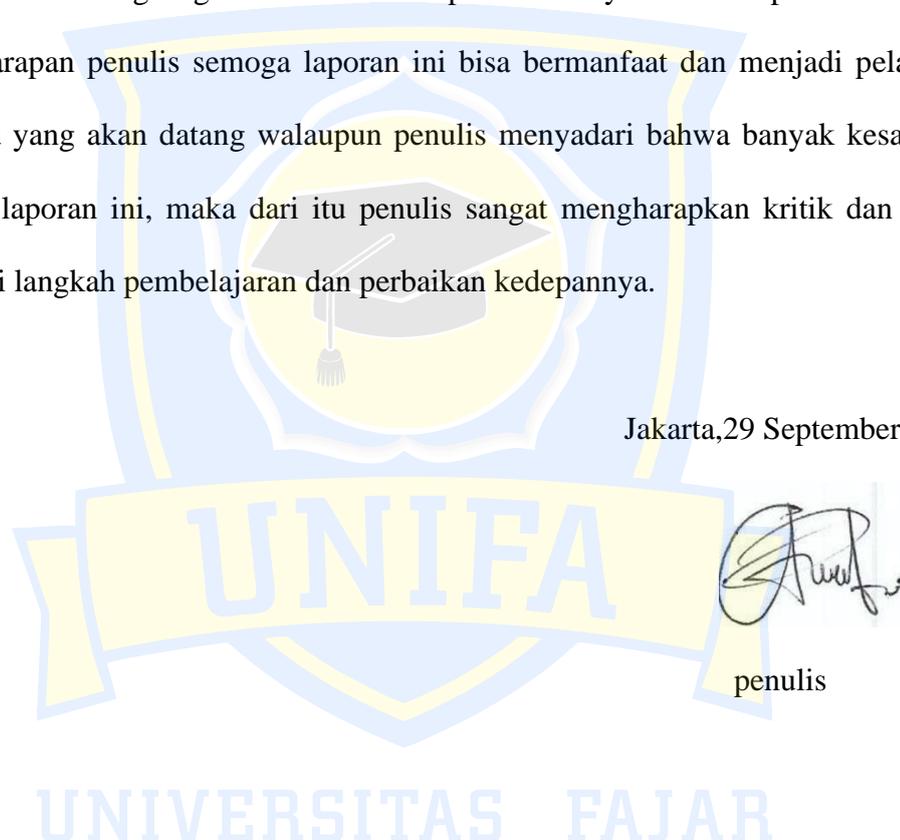
1. Dr. Muliyadi Hamid, SE., M.SI. Selaku Rektor Universitas Fajar.
2. Dr. Yusmanizar, S,Sos., M.I.Kom Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial.
3. Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi.
4. Yulhaidir S.Ksi, M.I.Kom Sebagai Dosen Pembimbing Laporan PMMB.
5. Dosen dan seluruh Civitas Kampus Universitas Fajar. Khususnya pak Asri yang sudah begitu banyak memberikan informasi dan bantuan kepada penulis.
6. Kepada FHCI yang telah memberikan wadah kepada penulis untuk bergabung dalam PMMB.
7. Kepada PT. Bank Rakyat Indonesia dan seluruh jajaran yang telah menerima penulis dan memberikan begitu banyak pengalaman dan pelajaran yang sangat baik dalam program magang ini.

8. Kepada ibu Rosmarini Osman sebagai Special Purpose Vehicle (SPV), mas Bira, mas Agus, Mas Niko dan staff BRI yang lain yang sudah membimbing penulis dan mengajarkan begitu banyak hal baru.

9. Kepada teman-teman sesama peserta program magang mahasiswa bersertifikat yang sudah berjuang bersama dan seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu penulis menyelesaikan laporan ini.

Harapan penulis semoga laporan ini bisa bermanfaat dan menjadi pelajaran dimasa yang akan datang walaupun penulis menyadari bahwa banyak kesalahan dalam laporan ini, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran sebagai langkah pembelajaran dan perbaikan kedepannya.

Jakarta, 29 September 2021



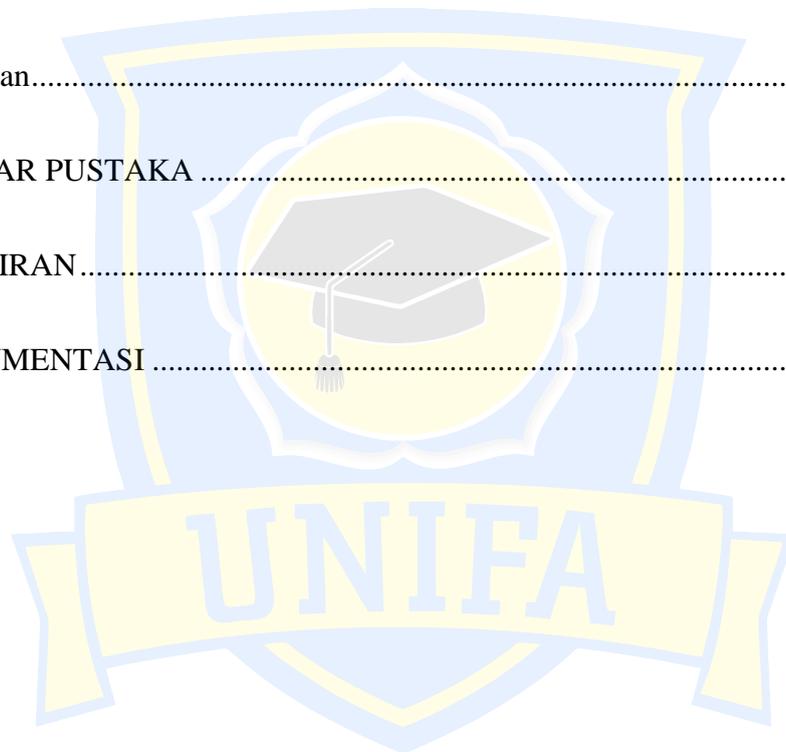
penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR TANDA TANGAN PENGUJI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PENILAIAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan penulisan	6
1.3 Manfaat penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Definisi Komunikasi	8
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	9
2.1.3 Strategi Komunikasi dan Tujuan Strategi Komunikasi.....	11
2.1.4 Tujuan dan Fungsi Komunikasi	12

2.1.5 Manfaat Komunikasi dalam Bisnis	14
2.2 Bank	17
2.2.1 Definisi Bank.....	17
2.2.2 Fungsi bank	19
2.3 Teori Terkait.....	20
2.3.1 Teori Komunikasi.....	21
2.3.2 Teori Komunikasi Krisis	22
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	23
3.1 Logo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	23
3.2 Sejarah Bank BRI.....	24
3.3 Visi dan Misi Bank BRI.....	28
3.3.1 Visi.....	28
3.3.2 Misi	28
3.3.3 Core Values AKHLAK.....	29
3.3.4 BRILian Ways	30
3.4 Produk- Produk Retail Payment.....	30
3.5 Tugas Utama Devisi Retail Payment	41
3.6 Struktur Organisasi Devisi Retail Payment	44
3.7 Masalah- Masalah Yang Sering Dihadapi Dalam Devisi RPT	46
BAB IV HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PMMB.....	48
4.1.1 Lokasi Pelaksanaan PMMB	48
4.1.2 Waktu Pelaksanaan PMMB	48
4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan.....	49

4.2.1 Tugas Utama	49
4.2.2 Tugas Tambahan	65
4.2.3 Kendala	70
4.2.4 Solusi.....	71
4.3 Temuan Hal- Hal Baru	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79
DOKUMENTASI	103



UNIVERSITAS FAJAR

DAFTAR TABEL

Tabel:

3.1 Makna Logo BRI	
3.2 Produk Layanan dan Jumlah Unit	
4.2.1 Menggunakan Xendit (Looker).....	
4.2.1 Menggunakan Ipay 88 (Support)	
4.2.1 Cara Mengirim Surat.....	
4.2.2 Cara Cek Rekening By Kominfo	
4.2.2 Cara Mencari Nomor Telepon Merchant	



UNIVERSITAS FAJAR

DAFTAR GAMBAR

Gambar:

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi	
3.1 Logo PT. Bank Rakyat Indonesia	
3.2 Riwayat dan Perubahan Nama BRI.....	
3.2 Jaringan Internasional BRI.....	
3.4 Gambar ATM BRI.....	
3.4 CDM BRI.....	
3.4 MINI ATM.....	
3.4 Mobile Banking BRI.....	
3.4 BRIMO.....	
3.4 Internet Banking.....	
3.4 iBBIZ	
3.4 e-Pay BRI.....	
3.4 BRIZZI.....	
3.4 MoCash BRI	
3.4 Kartu Debit BRI.....	
3.4 Brimola.....	

3.4 BRISMART BILLING	
3.4 BRIVA	
3.4 EDC BRI.....	
3.4 Qris.....	
3.4 Direct Debit.....	
3.4 BRION	
3.4 BRIpoin	
3.6 Struktur Organisasi Devisi Retail Payment	
3.6 Struktur Organisasi Bagian Transaction Monitoring and Compliance.....	
4.2.1 Kepuasan Atasan Dengan Hasil Vidio penulis	
4.2.1 Bukti Vidio Disebarkan Oler Agen dan Pekerja BRI di Selindo	
4.2.1 Tampilan Situs Edukasi di bri.co.id	
4.2.2 Cara Cek Rekening By Kominfo Tahap 1, 2 dan 3.....	
4.2.2 Cara Cek Rekening By Kominfo Tahap 4, 4 dan 6.....	
4.2.2 Cara Cek Rekening By Kominfo Tahap 7	
4.2.2 Cara Mencari Nomor Telepon Merchan Tahap 1,2 dan 3	
4.2.2 Cara Mencari Nomor Telepon Merchan Tahap 4	
4.2.2 Cara Mencari Nomor Telepon Merchan Tahap 5	

4.2.2 Cara Mencari Nomor Telepon Merchan Tahap 6

4.2.2 Cara Mencari Nomor Telepon Merchan Tahap 7 dan 8



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Look Book Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB)
2. Surat Keterangan.....
3. Laporan Evaluasi Peserta
4. Dokumen Kegiatan Selama Program Magang Mahasiswa Bersertifika



UNIVERSITAS FAJAR

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang tepatnya di era globalisasi ini perusahaan bersaing memberikan sumbangan positif baik untuk perusahaan sendiri ataupun untuk masyarakat namun pastinya tetap memperhatikan untung rugi perusahaan sendiri, sehingga dalam dunia bisnis atau perusahaan yang semakin hari semakin berkembang seperti sekarang ini tentu tidak melalui proses atau tindakan yang tidak diperhitungkan dengan baik. Setiap perusahaan atau bisnis dalam menjalankan kegiatan memerlukan sebuah strategi dalam menjaga dan meminimalisir kemungkinan resiko yang akan timbul dalam perusahaan.

Sama halnya dengan kegiatan pengembangan perbankan di *Indonesia* harus dilakukan dan diberikan tindakan dengan hati-hati dan penuh perhitungan agar tidak menimbulkan kekeliruan ataupun kesalahan sehingga perbankan dapat tumbuh secara sehat dan berkesinambungan serta mampu memberikan manfaat yang besar bagi pembangunan ekonomi nasional baik untuk pihak perbankannya sendiri ataupun untuk kesejahteraan masyarakat banyak. Dengan perkembangan dunia perbankan yang begitu pesat maka tidak dapat dipungkiri bahwa tantangan yang dihadapi industri perbankan ke depan pastinya akan semakin meningkat, bervariasi, dan dinamis. Apalagi ditambah dengan skala usaha dan daya saing perbankan serta perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat diiringi dengan perubahan perilaku ekonomi masyarakat yang tidak menentu di era *COVID-*

19 ini, menjadi tantangan struktural perbankan yang harus dihadapi dan diselesaikan dengan sebaik mungkin.

Badan usaha milik pemerintah maupun swasta sangat penting memiliki sistem keuangan yang memadai dan memenuhi standar yang telah ditentukan, karena sistem keuangan yang handal dan stabil dibutuhkan setiap negara agar dapat memajukan negara dan mensejahterakan penduduknya. Bank merupakan suatu lembaga yang memiliki peran penting dalam mengelola keuangan dalam cakupan yang luas yang mengatur keuangan di setiap negara. Di samping itu sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan unggul menjadi salah satu kunci dan standar suksesnya suatu perusahaan maupun perbankan.

Penulis memilih PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atau Bank BRI sebagai tempat melaksanakan kegiatan PMMB karena BRI adalah bank milik pemerintah pertama dan yang terbesar di Indonesia. Bank BRI berdiri pada tahun 1895 dan hingga Bank BRI berperan penting dalam menggerakkan roda perekonomian nasional.

Bank BRI atau Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu bank terbesar milik pemerintah di Indonesia yang didirikan oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja di Purwokerto, Jawa Tengah pada tanggal 1895. Awalnya BRI merupakan lembaga pengelola dana kas masjid untuk disalurkan kepada masyarakat dengan skema yang sangat sederhana.

BRI yang bergerak dalam bidang bisnis perbankan ini mengandung lima nilai yang disebut dengan *BRILian* (BRI dengan lima nilai) sebagai landasan berfikir dan bertindak. Lima nilai itu diantaranya integritas, profesionalisme, keteladanan,

kepuasan nasabah, dan penghargaan kepada sumber daya manusia. BRI memiliki segmen bisnis dengan komitmen melayani nasabah sampai ke pelosok nusantara dengan pertumbuhan dinamis seiring dengan perkembangan pasar dan meningkatnya kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu terhadap produk dan jasa perbankan.

BRI yang konsisten dengan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah sesuai dengan visi dan misinya serta pengimplementasian prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance (GCG)* dalam setiap aspek pengelolaan membuat BRI meraih hasil yang cemerlang diantaranya mendapatkan pengakuan dunia Internasional seperti *World Bank*. Dari pelayanan yang diberikan oleh BRI untuk semua lapisan membuat BRI berperan aktif dalam pembangunan perekonomian nasional dengan memberikan pinjaman kepada perusahaan BUMN yang memiliki potensial membantu meningkatkan perekonomian nasional.

Dalam menjalankan roda perbankan, BRI selalu mendekati diri untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga terus berinovasi menciptakan bisnis baik dalam bidang layanan jasa ataupun produk perbankan diantaranya produk simpanan, pinjaman, kredit ritel komersial, kredit konsumen, kredit menengah atau korporasi, jasa bisnis, jasa keuangan, dan jasa layanan bisnis internasional. Selain itu BRI juga memberikan servis terbaik untuk beberapa program, kelembagaan, *layanan treasury*, layanan BRI prioritas dan *wealth management* BRI.

Pada program magang ini penulis juga memilih untuk ditempatkan di divisi *Retail Payment* bagian *Retail Payment Operation Departement* khususnya pada bagian *Transaction Monitoring and Copliance* yang secara garis besar merupakan

bagian untuk memonitoring risiko bisnis, melihat kelayakan dan inisiasi merchant, merekonsiliasi bisnis dan menjaga otoritas bisnis dengan nasabah dan merchant serta melakukan *problem solving, helpdesk, dan response center*.

Devisi *retail payment* merupakan devisi yang bertugas menyediakan layanan *cashless payment* untuk segmen ritel atau transaksi nontunai yang dilakukan oleh nasabah atau merchant sehari-hari. Fokus utamanya untuk pembuatan inovasi baru dan pengembangan produk dan jasa BRI serta sekaligus sebagai monitoring transaksi yang dilakukan oleh nasabah, merchant ataupun monitoring terhadap produk dan jasa yang buat sehingga dapat meminimalisi terjadinya resiko dan *fraud* terhadap BRI.

Penulis memilih devisi *retail payment* khususnya di bagian *transaction monitoring and compliance* karena dibagian ini penulis bisa langsung belajar bagaimana cara membuat produk yang merupakan inovasi untuk menunjang kinerja BRI, bagaimana cara mengatasi krisis atau masalah yang dihadapi di dunia perbankan khususnya transaksi nontunai karena saat ini transaksi nontunai merupakan transaksi yang paling laku digunakan saat pandemi COVID-19. Penulis juga memilih devisi ini karena di sini penulis bisa berperan langsung dalam transaksi dengan nasabah dan merchant.

Dalam pelaksanaan kegiatan magang di devisi retail payment penulis bertugas untuk beberapa kegiatan yang berada di bawah pengawasan SPV seperti, pembuatan video sekaligus menjadi talent di video edukasi tentang pentingnya menjaga kerahasiaan data kartu dan OTP, video ini dibuat untuk mengedukasi nasabah BRI agar tidak mudah mengalami tindak penipuan. Video yang penulis buat

disebarkan oleh pihak BRI pusat ke seluruh kantor cabang, pegawai, bahkan agen BRI di pelosok tanah air untuk disampaikan ke nasabah. penulis juga membuat edukasi tentang pentingnya waspada terhadap modus penipuan oleh akun yang mengatas namakan BRI. hal ini dimuat oleh pihak BRI pusat ke dalam situs resmi BRI yaitu bri.co.id. Kemudian tugas utama lainnya yang diberikan oleh SPV yaitu melakukan monitoring transaksi dimana pada tugas ini penulis bergerak dibagian komunikasi dengan merchant terkait dengan cara berkirim surat (*monitoring merchant*) selanjutnya penulis juga bergerak untuk berkomunikasi langsung dengan nasabah yang melakukan transaksi tarik tunai yang dimana transaksinya terindikasi mengalami tindak penipuan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara melakukan *out going* (Telepon ke nasabah yang telah dicari datanya terlebih dahulu oleh rekan kerja lainnya). Selain itu penulis juga mendapatkan beberapa tugas tambahan langsung dari kepada divisi dan wakil kepala *divisi retail payment*.

Penulis memilih judul “**AKTIVITAS TRANSACTION MONITORING AND COMPLIANCE PRODUK DAN JASA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk JAKARTA**” yang berarti kegiatan memantau transaksi dan kepatuhan serta penyesuaian terhadap produk dan jasa yang dimiliki BRI agar tidak menimbulkan masalah (Fraud). Ada beberapa teori ilmu komunikasi yang berkaitan dengan judul ini di antaranya teori komunikasi itu sendiri yang didalamnya mengatakan bahwa komunikasi merupakan suatu bentuk interaksi dasar manusia yang sangat penting untuk saling menyampaikan pesan guna mencapai suatu tujuan. Begitu juga dengan judul yang penulis ambil, di judul ini terlihat jelas bahwa komunikasi digunakan penulis dan pekerja BRI *divisi retail*

payment untuk saling berkoordinasi, mencari informasi dan memberi informasi kepada nasabah. Selain itu dari judul penulisan ini khususnya kalimat *COMPLIANCE* juga berhubungan dengan teori komunikasi krisis, PR issue dan crisis handling dimana dalam kegiatan ini ada kegiatan yang merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh devisi RPT untuk menyelesaikan krisis. Dan alasan yang terakhir mengapa penulis memilih judul ini karena berhubungan dengan salah satu mata kuliah yang penulis sudah pelajari di bangku kuliah yaitu entrepreneur dimana dalam mata kuliah ini penulis diajarkan untuk memiliki jiwa kreatif dan mampu menemukan nilai tambah baik pada produk ataupun jasa.

penulis juga memilih bank BRI pusat yang terletak di Jakarta sebagai tempat magang agar penulis bisa mendapatkan relasi yang lebih luas, melihat potensi yang lebih besar dan belajar banyak hal baru.

1.2 Tujuan Penulisan

Tujuan laporan aktivitas Program Magang Mahasiswa Bersertifikat ini adalah untuk mendeskripsikan dan menggambarkan aktivitas yang dilakukan selama magang di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI Pusat) yang dilakukan kurang lebih 6 bulan. Adapun tujuannya sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan bagaimana pengimplementasian Ilmu Komunikasi dalam dunia perbankan khususnya di *devisi Retail Payment*.
- b. Menggambarkan bagaimana cara *devisi Retail Payment* dalam menangani masalah yang terjadi.

- c. Mendeskripsikan bagaimana tugas utama dan tambahan selama melakukan kegiatan magang di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Jakarta / BRI Pusat.
- d. Mendeskripsikan bagaimana menempatkan diri pada dunia kerja yang nyata.
- e. Menggambarkan apa saja yang didapat dan dipelajari dengan hal-hal baru yang ditemui pada kegiatan PMMB.

1.3 Manfaat Penulisan

- a. pembaca dapat mengimplementasikan Ilmu Komunikasi dalam tugas dan penyelesaian masalah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jakarta Pusat.
- b. pembaca dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi dan bagaimana cara mengatasinya.
- c. Menjadi bahan masukan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* tentang bagaimana menangani masalah dalam dunia perbankan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang sangat penting yang dilakukan dua orang atau lebih yang merupakan bentuk interaksi dasar manusia yang saling ketergantungan dan mempengaruhi satu sama yang lain baik komunikasi berupa lisan, tulisan, perilaku, ataupun simbol dan gambar. Di mana dalam komunikasi itu terdapat pesan atau sesuatu yang ingin disampaikan oleh si pengirim pesan kepada si penerima pesan yang pada akhirnya bertujuan untuk mendapatkan respon yang positif.

Berikut definisi komunikasi menurut para ahli :

Menurut Everett M Rogers dan Lawrence Kincaid dalam buku *Communication Network: Toward a New Paradigm for Research* (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu kegiatan ketika satu individu atau lebih melakukan pertukaran pesan dan informasi, yang bertujuan untuk mendapatkan saling pengertian yang mendalam.

“komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling ketergantungan dan mempengaruhi satu sama lain baik itu disengaja ataupun terjadi dengan sendirinya”. Pengertian di atas dikemukakan oleh C. Shannon dan W. Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication* (1949),

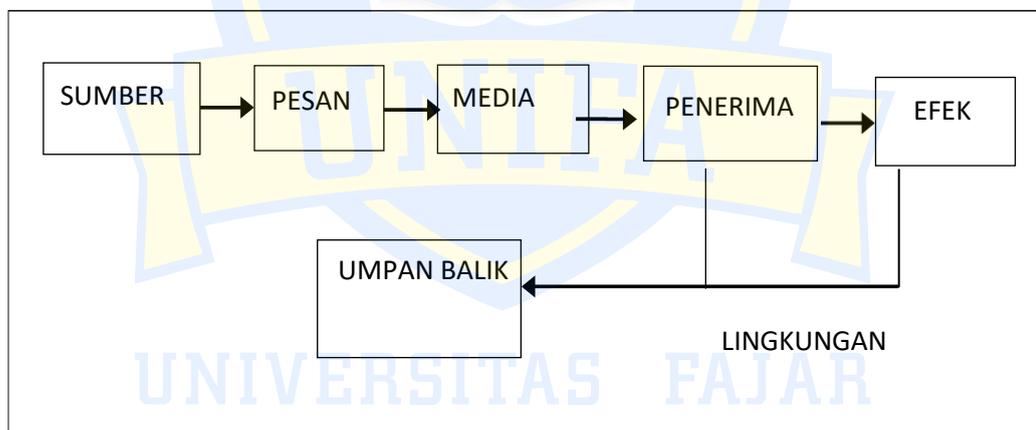
Bernard Berelson dan Gary A. Steiner menjelaskan di dalam buku *Human Behavior: An Inventory of Scientific Finding* (1964) bahwa “komunikasi adalah

proses transmisi informasi, pesan, pendapat, emosi, keterampilan, dan segala sesuatu yang ingin disampaikan dengan menggunakan kata, angka, simbol, gambar ataupun dengan cara lainnya”.

Menurut Carl I. Holand dalam bukunya *Social Communication* (1948) “komunikasi merupakan proses saat seseorang mentransmisikan stimulus guna mengubah perilaku orang lain”(Utami, 2021).

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Di dalam penyampaian komunikasi tentunya akan ada beberapa unsur yang menjadi pendukung untuk penyampaian pesan sehingga terjalin komunikasi yang efektif.



Gambar 2.1.2 : unsur-unsur komunikasi

Cangara (2019:18)

a. Sumber (Komunikator, source, sender, encoder)

Sumber adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengirim dan menyampaikan informasi atau pesan yang memiliki kepentingan ataupun tujuan pada suatu hal yang disampaikan.

b. Pesan

Pesan (*message, content*) atau yang disebut dengan informasi adalah sesuatu yang di kirim dan disampaikan oleh sumber kepada penerima baik secara langsung ataupun dengan perantara media baik berupa pesan verbal ataupun non verbal.

c. Media

Alat yang digunakan sebagai perantara untuk menghubungkan antara sumber dengan penerima pesan. Media juga mengarah bagaimana bentuk dan bagaimana cara penyajian pesan itu sendiri.

d. Penerima/ komunikator

Komunikator atau bisa juga disebut sebagai *reseiver* atau *audience* merupakan pihak yang menjadi sasaran dikirimkannya suatu pesan dari sumber.

e. Efek

Efek atau pengaruh adalah perubahan pola pikir, rasa, dan perilaku penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. (Puspasari & Hermawati, 2021)

f. Umpan balik

Umpan balik atau feed back merupakan salah satu bentuk respon komunikator terhadap pesan yang di sampaikan oleh komunikator. Umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima oleh karena itu umpan balik juga menjadi salah satu tolak ukur untuk menentukan keefektivitasan suatu komunikasi.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi yang ada pada lingkungan pengirim, pesan, media ataupun penerima baik itu berupa lingkungan fisik, sosial budaya, psikologi, dan dimensi waktu dapat mempengaruhi jalannya suatu proses komunikasi.

2.1.3 Strategi Komunikasi dan Tujuan Strategi Komunikasi

Keberhasilan proses komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang digunakan. Dalam proses komunikasi baik yang sedang berlangsung maupun telah selesai dapat dilihat keberhasilannya dan bagaimana efek dari proses komunikasi tersebut menggunakan strategi komunikasi.

Menurut Rogers strategi komunikasi adalah suatu rancangan untuk mengubah tingkah laku manusia dengan jangkauan yang lebih luas dengan transfer ide baru. Sedangkan Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kesatuan dari semua unsur komunikasi baik itu komunikator, pesan, media, komunikan bahkan pada efeknya yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang optimal. Cangara (2013: 61)

Di dalam dunia bisnis yang harus diperhatikan di antaranya:

1. Pemahaman yang baik terhadap proses komunikasi
2. Pola pikir positif
3. Memahami bahasa
4. Kejelasan pesan
5. Daya persuasi
6. Kelengkapan pesan

7. Tujuan baik

Dalam dunia bisnis strategi komunikasi merupakan gambaran dari suatu arah yang didukung oleh berbagai sumber. Sehingga dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 tujuan yaitu (Effendy, 1984 : 35-36):

1. *To secure understanding* yaitu memastikan bahwa pesan yang dikirim tersampaikan dengan baik kepada penerima
2. *To establish acceptance* yaitu ketika pesan sudah diterima dan mengerti, maka selanjutnya penerima harus dibina
3. *To motivate action* artinya pesan atau kegiatan tetap dihiring

2.1.4 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Berdasarkan beberapa sumber yang di baca oleh penulis dapat dikatakan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

- a. Memberi Informasi
Komunikasi berfungsi memberi Informasi baik berupa ide, gagasan, peristiwa serta segala sesuatu yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan.
- b. Memberikan Edukasi
Dengan adanya komunikasi informasi mengenai ilmu pengetahuan, wawasan, ide baru dapat di sampaikan baik secara verbal ataupun non verbal.
- c. Memberikan Hiburan
Selain sebagai sumber informasi dan edukasi, komunikasi juga dapat berfungsi sebagai hiburan, contohnya tayangan televisi dan musik di radio.

d. Memelihara Hubungan

Dengan adanya komunikasi maka interaksi antara individu akan tetap terjalin dimana karena pada dasarnya manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan baik individu dengan individu maupun individu dengan masyarakat dan lingkungan.

e. Fungsi Persuasi

Mempengaruhi seseorang bahkan publik melalui informasi atau pesan yang disampaikan merupakan fungsi persuasi dari komunikasi.

f. Aktualisasi Diri

Dengan adanya komunikasi seseorang dapat mengaktualisasikan dirinya kepada orang lain melalui interaksi sosial yang dilakukan, sehingga orang lain dapat mengetahui ide, gagasan dan pendapat yang disampaikan. (Jhe, 2019)

Selain itu komunikasi bertujuan untuk menciptakan kesepahaman antara individu yang satu dengan yang lain ataupun individu dengan masyarakat begitu pula sebaliknya. Sedangkan menurut (Eri, 2020) berpendapat bahwa dalam proses komunikasi, komunikator atau sumber pasti memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai lewat komunikasi itu.

Sehingga tujuan komunikasi dibagi menjadi empat sebagai berikut:

- a. Mengubah Sikap (*to change the attitude*)
- b. Mengubah Opini/ Pendapat (*to change the opinion*)
- c. Mengubah Perilaku (*to change the behavior*)
- d. Mengubah Masyarakat (*to change the society*)

2.1.5 Manfaat Komunikasi Dalam Bisnis

Komunikasi bertujuan untuk memenuhi satu atau beberapa target dalam mengkomunikasikan suatu data, pesan (informasi), pengetahuan (wawasan), bahkan emosi. Sehingga Komunikasi dapat memberikan beberapa manfaat dalam dunia bisnis karena dengan adanya komunikasi yang dilakukan proses interaksi antara kedua belah pihak baik produsen (perusahaan) dengan konsumen (masyarakat) dapat lebih efektif.

Di bawah ini beberapa manfaat yang di berikan proses komunikasi dalam bidang bisnis jasa maupun barang :

1. Memberikan Informasi kepada khalayak baik orang dalam perusahaan maupun masyarakat tentang suatu pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan.
2. Menyakinkan atau Membujuk Seseorang dan Kelompok yaitu manfaat yang di berikan oleh proses komunikasi yang dilakukan untuk mengubah pola pikir dan perilaku target (komunikan).
3. Menyampaikan Emosi, dalam dunia bisnis pastilah ada yang di namakan masalah baik dialami oleh internal perusahaan, perusahaan dengan konsumen dan yang paling banyak dijumpai yaitu ketidak puasan konsumen terhadap barang, jasa ataupun pelayanan yang di berikan oleh perusahaan. Dengan adanya komunikasi permasalahan yang terjadi di atas dapat dibicarakan dan dikoordinasikan dengan baik.
4. Mempengaruhi Orang Lain, dengan adanya komunikasi sangat bermanfaat bagi produsen khususnya bagian marketing untuk memperkenalkan

bahkan sampai memasarkan produk yang dimiliki.

5. Menyampaikan Presepsi. Dalam suatu perusahaan pasti ada yang dinamakan timbal balik atau saling ketergantungan satu sama lain baik itu atasan dengan karyawan maupun sebaliknya. Tidak hanya atasan yang dapat memberikan persepsi kepada anggota tim, namun bisa juga karyawan memberikan persepsi ke atasan sehingga bisa terjalin hubungan kerja sama untuk mencapai suatu tujuan dan untuk pertukaran persepsi itu sendiri bisa terwujud dengan adanya suatu proses komunikasi yang baik.
6. Menangkap Wawasan (Ilmu Pengetahuan) dengan Baik. Penyampaian wawasan baik melalui dokumen, media dan presentasi merupakan suatu proses komunikasi yang bermanfaat untuk mempermudah orang lain melihat, dan memahami apa yang disampaikan oleh pengirim pesan.
7. Pengembangan Wawasan (Ilmu Pengetahuan), dalam suatu lembaga atau perusahaan pastilah menemukan yang namanya kendala, guna menyelesaikan masalah itu semua pihak perusahaan yang bersangkutan akan mengemukakan kesulitan yang dihadapi dan itu termasuk proses komunikasi yang bermanfaat untuk melakukan pendekatan pendekatan baru untuk menyelesaikan masalah yang di hadapi.
8. Mengembangkan Talenta Baru, komunikasi bermanfaat untuk wadah mengembangkan talenta yang kita miliki, karena dengan adanya komunikasi kita dapat memperlihatkan dan menyampaikan talenta kepada orang lain.
9. Penggunaan Wawasan (Ilmu Pengetahuan) Mentransfer Wawasan Kepada

Orang Lain, wawasan yang dimiliki individu lain ataupun kelompok masyarakat dapat diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari dengan kegiatan komunikasi.

10. Pendidikan dan Pelatihan, komunikasi bermanfaat untuk membantu memaksimalkan kegiatan pendidikan dan pelatihan karena pendidikan dan pelatihan ini merupakan gabungan antara mentransfer wawasan dengan pengembangan talenta.
11. Mendukung Transparansi, komunikasi bermanfaat untuk mendukung adanya transparansi dalam dunia bisnis agar kepercayaan dan minat konsumen terhadap perusahaan semakin meningkat.
12. Meningkatkan Produktifitas, ketika proses komunikasi di dalam perusahaan terjalin cepat dan efektif maka segala urusan dalam perusahaan akan lebih cepat dan akan membuat produktifitas lebih cepat.
13. Meningkatkan Kepatuhan Individu, manfaat komunikasi yang baik dan efektif juga dapat membuat seseorang patuh dengan peraturan yang diterapkan dalam suatu perusahaan.
14. Pengenalan Merek Produk atau Layanan Jasa (*Brand Recognition*) dan Citra Merek Produk atau Layanan Jasa (*Brand Image*), dengan adanya komunikasi yang efektif dan baik dalam pengenalan produk dan jasa suatu perusahaan dengan konsumen akan meningkatkan citra perusahaan bahkan citra produk dan jasa dari perusahaan. Ketika hal itu terjadi maka akan lebih banyak yang tertarik dan terlibat dengan perusahaan dan produk-produk yang disuguhkan. (Ilmu, 2021)

2.2 Bank

2.2.1 Definisi Bank

Bank merupakan suatu *lembaga intermediasi* keuangan yang didirikan dengan kewenangan menerima simpanan uang, memberikan pinjaman uang, dan menerbitkan promes (banknote). Kata Bank berarti tempat penukaran uang yang di ambil dari bahasa *Italia* yakni *banca*.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. (Rogahang, 2016)

Sedangkan pengertian Bank menurut para ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Pierson, salah satu ahli ekonomi dari *Belanda*, bank merupakan badan atau suatu lembaga yang menerima dan membuka layanan kredit. menerima simpanan dalam bentuk giro dari masyarakat, melayani deposito berjangka, dan tabungan untuk nasabah atau masyarakat yang membutuhkan layanan bank.
- b. Menurut UU No.10 Tahun 1998, “bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan juga menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau juga bentuk-bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”
- c. Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berwenang menciptakan sejumlah uang, dan mempunyai beberapa aktivitas yang lainnya yang

bersangkutan dengan keuangan. Pengertian di atas dikemukakan oleh Menurut Thomas Mayer, James D. Duesenberry dan Z, Aliber.

- d. Menurut RG. Howtery dalam bukunya *Currency on Credit*, bank merupakan badan perantara yang melayani kredit untuk masyarakat dimana dikatakan lagi bahwa uang di tangan masyarakat dapat berupan alat penukar (*medium exchange*) dan sebagai alat pengukur nilai (*standart on velue*).
- e. Menurut F.E. Perry, suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, baik berupa simpanan (*deposito*) dari nasabah, penyediaan dana untuk transaksi penarikan, penagihan cek-cek atas permintaan nasabah, memberikan layanan kredit bahkan menanamkan kelebihan simpanan dari nasabah sampai jika dibutuhkan untuk pembayaran kembali merupakan definisi bank.
- f. Bank merupakan suatu lembaga yang kekayaannya utamanya ada dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) dan juga bermotif profit sosial, karena bank tidak hanya mencari keuntungan untuk perusaan namun bertujuan menyejahterakan masyarakat, merupakan pengertian bank menurut Hasibusan
- g. Menurut Kasmir bank adalah suatu lembaga keuangan yang berkecimpung dalam suatu kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat berupa simpanan kemudian menyalurkan dan memberikan jasa layanan lainnya kembali ke masyarakat.
- h. Lembaga yang berperan menjadi perantara keuangan (*financial*

intermediary) pihak yang memiliki dana dengan pihak yang membutuhkan dana dan juga lembaga yang berfungsi memperlancar proses pembayaran disebut bank menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2002:31.1).

- i. Menurut J.D Papera (2004:137), badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat sebagai simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau layanan lainnya sebagai upaya meningkatkan taraf hidup rakyat banyak disebut bank.
- j. Menurut Sommary, bank merupakan lembaga yang berperan sebagai pengambil dan pemberi kredit jangka pendek maupun jangka panjang.
- k. Bank adalah bisnis yang berkecimpung dalam dunia perdagangan layanan atau jasa dalam bentuk penyimpanan uang dan pemberian kredit yang bertujuan untuk mencari keuntungan namun dalam batas wajar dan bermoral. (Ahmad, 2021)

2.2.2 Fungsi Bank

Secara umum bank berfungsi untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak dengan cara menghimpun dana dari masyarakat sebagai bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan layanan lainnya yang berkaitan dengan uang dan kegiatan perbankan.

Sacar khusus fungsi bank di bagia atas 3 bagian di antaranya:

- a. Agent of Trust

Bank sangat mengandalkan kepercayaan sebagai landasan utama kegiatan perbankan yang ditujukan kepada segala kegiatan operasional yang menyangkut kepercayaan masyarakat selaku nasabah. Kepercayaan

dalam dunia perbankan selayaknya diterapkan baik pihak nasabah yang melakukan simpanan ke bank dan begitu juga sebaliknya dengan pihak bank memberikan pinjaman ke nasabah melalui kredit kemudian untuk meningkatkan kepercayaan dan minat nasabah untuk menabung di suatu bank biasanya pihak bank memberikan balas jasa berupa bunga simpanan, hadiah serta cara pihak bank memberikan layanan sebaik mungkin agar kepercayaan nasabah semakin besar.

b. Agent of Development

Bank mampu memberikan kegiatan yang mempengaruhi pembangunan ekonomi masyarakat seperti investasi, distribusi, konsumsi dan pelayanan jasa dengan mempergunakan media uang baik dalam sektor riil maupun dalam sektor moneter.

c. Agent of Service

Berbagai jasa keuangan ditawarkan oleh bank seperti jasa penyimpanan uang, peminjaman, dan layanan jasa keuangan lainnya. Karena bank menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan perbankan berkaitan erat dengan pertumbuhan perekonomian masyarakat. (Cermati, 2018).

2.3 Teori Terkait

Demi mempermudah peneliti dalam penulisan laporan program magang mahasiswa bersertifikat ini penulis sendiri menentukan ringkasan sistematika berupa teoring yang digunakan sebagai kerangka dan pedoman dalam menulis

laporan diantaranya sebagai berikut:

2.3.1 Teori komunikasi

Menurut Lasswell suatu komunikasi akan efektif apabila melalui lima tahap yaitu “Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect” yang artinya siapa yang menyampaikan pesan, kemudian pesan apa yang disampaikan, melalui media apa, untuk siapa pesan itu disampaikan dan apa efek dari pesan tersebut. (Kurniawan, 2018)

2.3.2 Teori Komunikasi Krisis

Saat suatu perusahaan menghadapi suatu krisis, yang perlu diketahui krisis itu tidak akan pernah hilang karena sifat krisis itu jika sudah lama akan tertidur (dorman) dan suatu saat akan terkuak lagi ke publik. Sehingga bisa disimpulkan bahwa komunikasi krisis sangat diperlukan untuk mengendalikan informasi agar perusahaan bisa secepat mungkin memberikan klarifikasi dan secepat mungkin memulihkan keadaan.

Dalam teori komunikasi krisis dikenal dua istilah yang sering digunakan untuk menyelesaikan krisis yang terjadi dibidang komunikasi:

a. Manajemen Krisis

Managemen krisis merupakan suatu usaha pengelolaan oleh manajemen yang bertujuan untuk mengendalikan krisis yang terjadi untuk secepat mungkin memperbaiki citra perusahaan.

b. Krisis Manajemen

Hasil dari manajemen krisis dalam bentuk kegagalan dalam penyelesaian krisis yang berujung dengan pembubaran suatu perusahaan baik secara hukum ataupun operasionalnya. (Imran, 2017).



BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk



Gambar 3.1: Logo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Sumber: bri.co.id

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atau Bank BRI merupakan bank milik pemerintah yang pertama dan tersebar di Indonesia. Berdiri sejak tahun 1895 hingga saat ini Bank BRI memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian nasional.

Logo bank BRI yang ditetapkan pada tanggal 28 Februari 1985 melalui putusan NO.S.3-DIR/2/1985 memiliki makna sebagai berikut:

No.	BENTUK, WARNA DAN KOMBINASI LOGO	MAKNA
1	Segi empat sama sisi dengan garis sudut lengkung	Mencerminkan keseimbangan, dinamis dan fleksibel dalam

		menanggapi perkembangan zaman
2	Tulisan bold dengan huruf kapital BRI	Menampilkan ketegasan
3	Garis, bentuk dan pewarnaan (bold)	<ul style="list-style-type: none"> • Menghadirkan cerminan sistem manajemen yang baik, mudah, dan aman. • Mudah diingat • Mencerminkan lembaga yang modern, profesional, teliti dan tepat. • Menampilkan kesan sederhana namun mampu memberikan pelayanan yang luas.
4	Warna biru	Mencerminkan rasa nyaman, tenang, dan sejuk.

Tabel : 3.1 Makna Logo BRI

Sumber : <https://apps.iaiglobal.or.id>

3.2 Sejarah Bank BRI

Bank Rakyat Indonesia (BRI), pada awalnya merupakan lembaga yang mengelolah dana kas masjid untuk disalurkan kepada masyarakat. Namun saat ini menjadi salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di *Indonesia*. Bank Rakyat

Indonesia (BRI) didirikan di *Purwokerto, Jawa Tengah* oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895, dan dikenal sebagai “Bank Perkreditan Rakyat” yang pertama di *Indonesia*. Setelah itu mengalami beberapa kali perubahan nama, di antaranya berganti nama menjadi *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Indlandsche Hoofden, Hulp en Spaarbank der Indlandsche Bestuurs Ambtenareen, Syomin Ginko*, dan pada akhirnya di tanggal 18 Desember 1968 ditetapkan menjadi Bank Rakyat Indonesia berdasarkan UU No.21 tahun 1968.

Pada tanggal 22 Februari 1946, Pemerintah Indonesia mengubah nama lembaga ini menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan landasan peraturan pemerintah No.1 tahun 1946 dan BRI menjadi bank pertama yang dimiliki Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 1960, pemerintah sempat mengubah lagi nama BRI menjadi *Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN)* sebagai hasil peleburan dari BRI, *Bank Tani dan Nelayan (BTN)* dan *Nederlandsche Handels Maatschappij (NHM)*. Kemudian Tahun 1965 diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama *Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (BIUKTN)* dan *Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor-Impor*.

Kemudian akhirnya tahun 1992 Bank BRI berubah status hukum menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) menurut Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992. kemudian Bank BRI menjadi *Perseroan Terbuka* pada 10 November 2003 dengan mencatatkan sahamnya di *Bursa Efek Jakarta*, kini *Bursa Efek Indonesia*, dengan kode saham *BBRI*, dengan strategis mengakuisi *Bank Jasa Artha (BJA)* pada tahun 2007, yang kemudian dikonversi ke *PT. Bank Syariah BRI* pada 1 Januari 2009. Melangkah ke tanggal 3 Maret 2011 BRI kembali mengakuisisi

saham PT. Agro Niaga Tbk dari Dana Pensiun Perkebunan (Dapenbun).



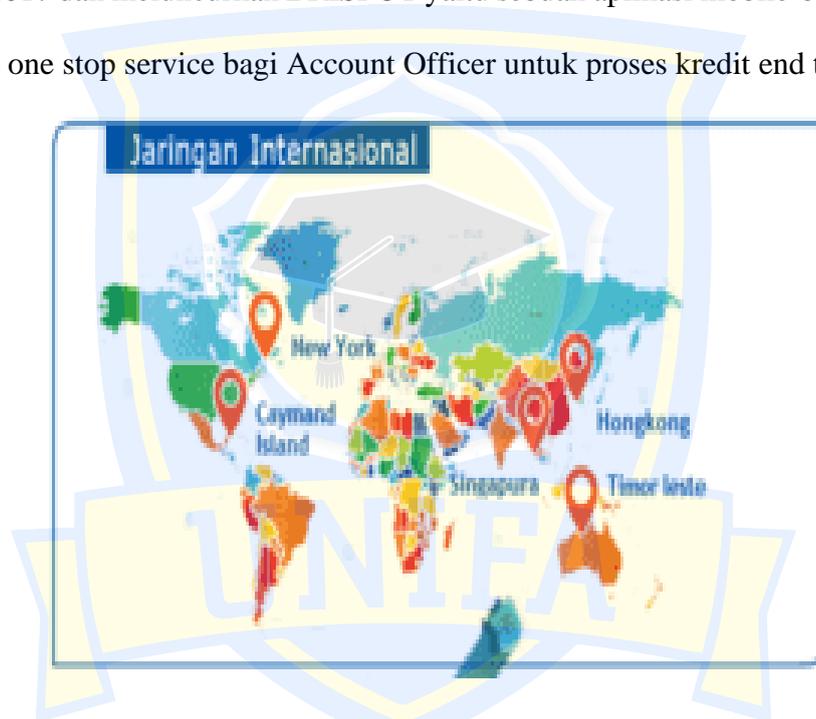
Gambar : 3.2 Riwayat dan Perubahan Nama BRI

Sumber: www.brismart.co.id

Pada tahun 2013, Bank BRI menjadi yang pertama menyediakan layanan *Self-service banking* di Indonesia melalui *BRI Hybrid Banking*. Pada tanggal 28 April 2014 juga, Bank BRI menggerakkan sebuah langkah besar, yaitu melakukan penandatanganan *Kontak Pengadaan Satelit dan Peluncuran Satelit BRI (BRISat)* dengan *space System/Loral (SSL)* dan *Arianespace*. Tahun 2015 peluncuran teras BRI kapal, yang merupakan layanan perbankan di atas laut pertama di dunia, di tahun ini juga BRI membuka kantor di Singapura yang sebelumnya sudah membuka unit kerja di New York Agency, Cayman Island Branch, Hong Kong Representative Office, dan BRI Remittance Hong Kong. Selain itu di tahun 2015 BRI kembali kembali mengakuisisi PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera (Bringin Life). Sejarah yang luar biasa kembali terukir pada 9 Juli tahun 2016 dengan meluncurkan

satelit bersama BRIsat yang membuat BRI sebagai bank pertama dan satu-satunya di dunia yang mempunyai dan mengoperasikan saltelitnya sendiri dan meningkatkan saham pada PT. BTMU-BRI Finance dari 45% menjadi 99% sehingga berubah nama menjadi PT. BRI Multifinance Indonesia.

Tidak lama setelah itu BRI kembali membuka unit kerja di Timor Leste di tahun 2017 dan meluncurkan BRISPOT yaitu sebuah aplikasi mobile-based dengan konsep one stop service bagi Account Officer untuk proses kredit end to end.



Gambar 3.2 Jaringan Internasional BRI

Sumber : <https://apps.iaiglobal.or.id>

Sejak awal berdiri BRI konsisten fokus kepada segmen usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sejak awal berdirinya, serta menjadi pelopor microfinance di Indonesia. Sehingga saat ini BRI meraih prestasi sebagai bank dengan laba terbesar selama 15 tahun berturut-turut. Selain itu demi memberikan layanan terbaik, BRI memiliki ATM hingga 19,184 unit, EDC 204,386 unit, serta mesin CRM sejumlah 3,809 unit dan agen BRILink 422,160 yang bersedia melayani nasabah.

No.	PRODUK DAN LAYANAN	JUMLAH UNIT
1	ATM	19,184
2	EDC	204,386
3	Mesin CRM	3,809
4	Agen BRILink	422,160

Tabel: 3.2 Produk Layanan dan Jumlah Unit

Sumber : www.brismart.co.id

Bahkan kasus COVID-19 ini yang sudah berlangsung cukup lama BRI masih mampu mencatat pencapaian gemerlang di tahun 2021 yaitu mencatatkan pendapatan lama RP 12,54 triliun di banding dengan tahun lalu dalam periode yang sama. Hal ini tercapai berkat kegigihan BRI untuk selalu melakukan inovasi dan transformasi disegala bidang.

3.3 Visi dan Misi Bank BRI

3.3.1 Visi

BRI memiliki visi untuk menjadi *The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia* dan fokus untuk menjadi *Champion of Financial Inclusion*. Hal ini di ambil karena BRI ingin memfokuskan kembali khittahnya pada bagian UMKM yang dalamnya juga termaksud Ultra Mikro (UMi).

3.3.2 Misi

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan

teknologi informasi yang handal dengan menerapkan manajemen risiko yang tepat dan praktik *Good Corporate Governance*.

3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

3.3.3 Core Values AKHLAK

Dari sisi transformasi BRI di bidang culture, di pertengahan tahun 2020 untuk meningkatkan Sumber Data Manusia Perseroan BRI melakukan penyesuaian Core Values AKHLAK yang setiap hurufnya memiliki arti di antaranya:

A= Amanah

K= Kompeten

H= Harmonis

L= Loyal

A= Adaptif

K= Kolaboratif

Dengan adanya penetapan core values AKHLAK ini seluruh pekerja BRI atau yang dikenal dengan *insan BRILian* lebih menunjukkan rasa keikutsertaan dan juga pentingnya untuk menjadi dalam memberi makna Indonesia baik itu dalam bidang *economic value* maupun *social value*. Dengan adanya transformasi culture ini juga akan membangun performa bekerja dalam perusahaan.

3.3.4 BRILian Ways

Sebagai seorang insan BRILian atau pekerja BRI harus memiliki lima nilai utama yang sudah ditetapkan BRI sebagai budaya kerja di antaranya :

Integrity

1. BRILian jujur, tulus dan patuh pada peraturan

Professional

2. BRILian cakap dan handal, terus belajar, mengembangkan diri, dan orang lain (continuous leader)
3. BRILian bekerja tuntas dengan penuh tanggung jawab berorientasi pada kinerja terbaik

Trust

4. BRILian membangun kolaborasi yang produktif
5. BRILian terbuka dan menghargai kemajemukan (respect to diversity)

Innovation

6. BRILian proaktif, adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pertumbuhan yang berkelanjutan

Customer Centric

7. BRILian berempati memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan melebihi harapan
8. BRILian peduli terhadap masyarakat dan lingkungan

3.4 Produk-Produk Retail Payment

- a. ATM BRI

Transaksi tarik tunai ataupun non tunai menggunakan mesin elektronik di

ATM BRI dengan menggunakan kartu ATM dan PIN adalah layanan yang diberikan dari pihak BRI kepada nasabah pengguna BRI ataupun bank lain.



Gambar: 3.4 Gambar ATM BRI

b. CDM BRI

Cash Deposit Machine (CDM) atau biasa dikenal dengan mesin stor tunai merupakan mesin transaksi setoran tunai dan transaksi non tunai yang menjadi suatu alternatif pengganti Teller/Customer Service namun transaksi setor tunainya harus memakai pecahan uang 50.000 dan 100.000 agar dapat diproses oleh mesin.



Gambar : 3.4 CDM BRI

c. MINI ATM

para nasabah yang bergabung menjadi agen Brilian Mobile menggunakan mesin EDC sebagai medianya, namun mini atm memiliki kekurangan yaitu tidak bisa digunakan untuk transaksi tarik tunai artinya mini atm hanya bisa digunakan dengan transaksi non tunai.



Gambar: 3.4 Mini ATM

d. MOBILE BANKING BRI

Mobile banking BRI merupakan Layanan *elektronik banking* dengan menggunakan telepon seluler dengan media SMS nomor tujuan (*short code*) 3300. Layanan ini memiliki keunggulan yaitu bisa digunakan semua jenis handphone dan semua operator telkomsel.



Gambar : 3.4 Mobile banking BRI

e. BRIMO (BRI Mobile)

BRIMO merupakan produk unggulan BRI yang merupakan pengembangan dari aplikasi *BRI Mobile* dengan *Mobile Banking, Internet*

Banking dan alat Elektronik yang digunakan untuk transaksi e-banking (*transaksi cashless*).

Dalam BRIMO ada banyak sekali fitur yang disediakan BRI untuk mempermudah transaksi nasabah. Bahkan brimo dapat diakses menggunakan fitur login face recognition, fingerprint dan transaksi di brimo sendiri menggunakan rekening Giro/Tabungan.



Gambar : 3.4 BRIMO

f. INTERNET BANKING

Layanan internet banking ini dapat mempermudah transaksi nasabah dengan penggunaan jejaring internet dengan cara melakukan registrasi internet banking dan m-TOKEN, setelah itu nasabah akan dengan mudah melakukan transaksi karena dengan internet banking nasabah tidak perlu perangkat tambahan karena akan dikirim via SMS. Transaksinya juga dapat dilakukan dalam berbagai situasi dan keadaan karena sudah dilengkapi dengan teknologi kriptografi SSL yang dapat mengamankan data transaksi.



Gambar : 3.4 internet banking

g. iBBIZ (INTERNET BANKING BISNIS BRI)

Produk iBBIZ ini memungkinkan mitra merchant dapat memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan untuk kepentingan bisnis melalui media internet dan juga dapat digunakan oleh mitra merchant untuk melakukan transaksi dengan limit yang lebih besar untuk keperluan bisnis tanpa datang langsung ke bank.



Mobile Token

Gambar : 3.4 iBBIZ

h. e-Pay BRI

e-pay BRI bisa digunakan oleh nasabah yang pernah menggunakan internet banking BRI dan sudah registrasi dan aktivasi *m-token*, E-pay bisa

digunakan untuk transaksi ecommerce (pembelian online) diseluruh *merchant* yang menggunakan pembayaran *e-Pay*.



Gambar : 3.4 e-Pay BRI

i. BRIZZI

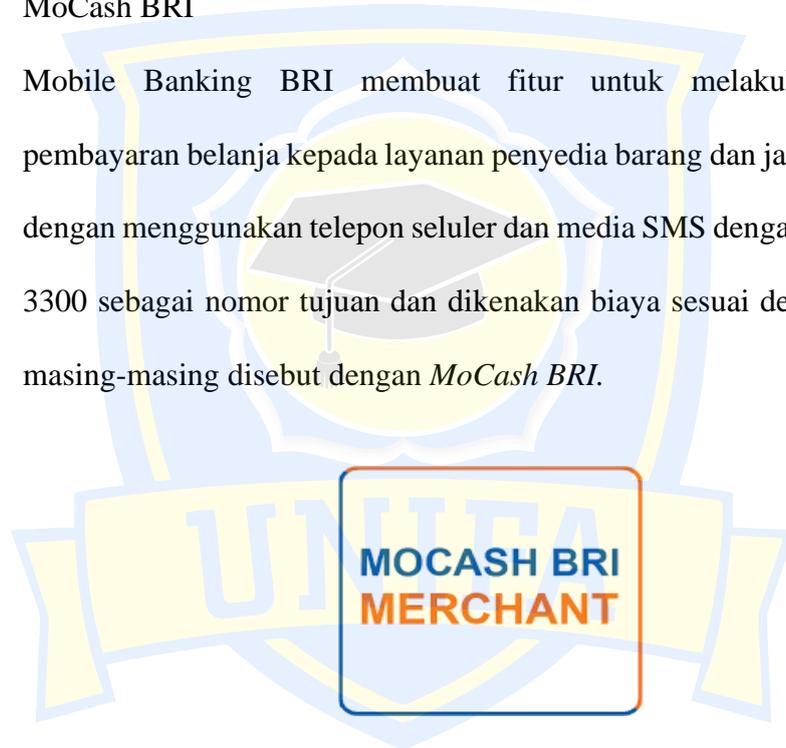
Di era globalisasi ini makin banyak terjadi perubahan sama halnya dengan keuangan. Sekarang ada yang dinamakan uang elektronik. BRI menerbitkan BRIZZI atau yang dikenal dengan e-money yang berupa kartu yang dapat digunakan membayar transaksi belanja (purchase) dan untuk memproses transaksi digital. Kelebihan BRIZZI ada beberapa salah satunya brizzi sangat mudah untuk di aktifkan dengan cara top up sekali saja karti brizzi akan secara otomatis aktif yang berikutnya dapat di pindah tangankan dengan cara memberikan fisik brizzi kepada orang lain namun hal itu juga menjadi kekurangan brizzi karena brizzi tidak memiliki pin dan tidak dapat di blokir karena brizzi tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).



Gambar : 3.4 BRIZZI

j. MoCash BRI

Mobile Banking BRI membuat fitur untuk melakukan transaksi pembayaran belanja kepada layanan penyedia barang dan jasa (*Merchant*) dengan menggunakan telepon seluler dan media SMS dengan nomor akses 3300 sebagai nomor tujuan dan dikenakan biaya sesuai dengan provider masing-masing disebut dengan *MoCash BRI*.



Gambar : 3.4 MoCash BRI

k. Kartu Debit BRI

Kartu ATM dan Debit yang diproduksi oleh BRI dengan dilengkapi *magnetic stripe* atau *chip* sebagai alat transaksi finansial maupun non finansial di *E-Channel* BRI disebut Kartu Debit BRI. Namun produk ini hanya dapat berkolerasi dengan satu rekening yaitu rekening tabungan atau GiroBRI.



Gambar : 3.4 Kartu Debit BRI

l. Autodebet BRI

Fasilitas pembayaran otomatis jika muncul tagihan yang digunakan untuk membayar tagihan rutin milik nasabah dan sumbernya berasal dari rekening simpanan nasabah disebut Autodebet BRI.

m. SMS Notifikasi

Pemberitahuan yang diberikan untuk nasabah setelah melakukan kegiatan transaksi melalui SMS ke nomor telepon yang sudah terdaftar disebut SMS Notifikasi.

n. BRIMOLA

Untuk pemesanan gas LPG 3 kg dari pangkalan ke agen secara cepat dapat menggunakan Brimola karena Brimola merupakan aplikasi berbasis mobile apps yang dapat mempermudah monitoring dan penyaluran gas LPG . Brimola menggunakan pembayaran melalui mobile banking, internet banking, maupun ATM.



Gambar : 3.4 Brimola

o. BRISMART BILLING (BSB)

Pengusaha atau Biller bisa lebih mudah untuk mengelola tagihan dan piutang dengan menggunakan aplikasi billing manajemen terpadu melalui website dan juga aplikasi disebut BRISMART BILLING (BSB).



Gambar : 3.4 BRISMART BILLING

p. BRIVA(Bri Virtual Account)

Metode pembayaran praktis berupa nomor rekening atau kode khusus yang di masukkan untuk pembayaran satu kali transaksi dan akan terkonfirmasi secara otomatis jika sudah menyelesaikan transaksi.



Gambar : 3.4 BRIVA

q. Debit Online

Fitur pembayaran E-Commerce yang menghubungkan e-commerce dengan kartu debit BRI pada merchant online yang dilengkapi dengan kode OTP (one time Password) agar transaksi aman disebut Debit Online.

r. EDC BRI

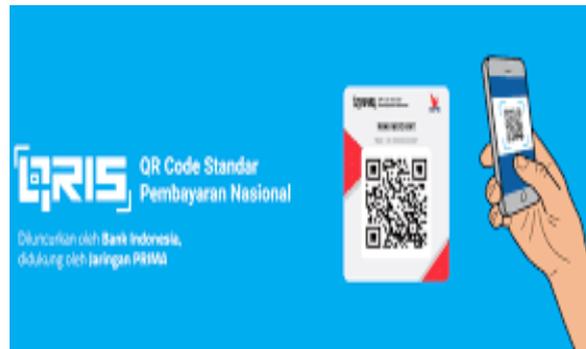
EDC BRI merupakan mesin gesek kartu yang ada di merchant yang bekerja sama dengan BRI dan dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran dengan kartu kredit, kartu debit, dan kartu prepaid.



Gambar : 3.4 EDC BRI

s. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standar)

QRIS adalah produk BRI yang dapat digunakan oleh BRI ataupun perbankan lainnya untuk mempermudah melakukan transaksi dengan QR code.



Gambar : 3.4 Qris

t. Direct Debit

Akun e-commerce dengan kartu debit BRI sebagai sumber dana dapat terhubung dengan menggunakan Direct Debit dan akan membuat transaksi pembayaran lebih cepat dalam sekali proses registrasi.



Gambar : 3.4 Direct Debit

u. BRION

BRION adalah aplikasi Mobile BRI yang dapat menerbitkan kartu visual dengan metode pengaman inovatif dan terhubung dengan jaringan merchant sehingga dapat digunakan buat seluruh merchant online.



Gambar : 3.4 Brion

v. BRIpoin

Program loyalitas nasabah dalam bentuk reward dari BRI kepada nasabah tabungan atau simpanan dengan saldo rata-rata pada rekening dan transaksi yang dilakukan oleh nasabah.



Gambar : 3.4 BRIpoin

3.5 Tugas Utama Devisis Retail Payment

Tugas utama Devisi RPT ada 4, dimana masing-masing tugas berperan dan memiliki wewenang masing-masing :

1. *Acquiring Business Department* memiliki tugas sebagai berikut:
 - a. Mengembangkan produk dan jasa *acquiring* untuk *Chain, Retail, dan E-Commerce* dan Digital.
 - b. Menyusun kebijakan dan ketentuan bisnis *acquiring*.
 - c. Menyusun marketing plan dan program pemasaran bisnis *acquiring*.
 - d. Menjadi *partnership management* dengan pihak Internal ataupun eksternal.
 - e. Melakukan pemasaran *acquiring*.
 - f. Menyusun serta menyempurnakan *customer relationship management*

bisnis *acquaring*.

- g. *Mapping potensi* dan persaingan bisnis *acquaring* di wilayah binaan.
- h. Menjadi media untuk sosialisai, monitoring, dan evaluasi strategi produk dan jasa, *marketing plan*, dan program pemasaran *acquaring*.
- i. Meberikan binaan *bisnis acquaring* untuk kantor wilayah.
- j. Melakukan *problem solving* permasalahan *bisnis aquaring*.

2. E-Banking Business Department bertugas untuk:

- a. Melakukan pengembangan produk dan jasa *Retail payment*.
- b. Menyusun kebijakan dan ketentuan *bisnis E-Banking*.
- c. Penyusun *marketing plan* dan program pemasaran bisnis e-banking.
- d. *Partnership management* dengan pihak internal maupun eksternal.
- e. Mengatur pemasaran bisnis e-banking
- f. Mengatur penyusunan dan penyempurnaan customer.
- g. *Mapping potensi* dan persaingan dalam bisnis e-banking di wilayah binaan.
- h. Melakukan sosialisasi, monitoring, evaluasi, stategi produk dan jasa, *marketing plan* serta program pemasaran e-banking.
- i. Membina bisnis e-banking kantor wilayah.
- j. Melakukan *problem solving* jika ada permasalahan dalam bisnis e-banking.

3. *Retail Payment* Operation Departement

- a. Melihat dan menilai kelayakan serta inisiasi dan perubahan data merchant seperti *Regular Merchant*, *E-Commerce*, *Payment Gateway*,

Fintech, Edutech, Healtech, Agritech, Insurtech, dan Merchant berbasis teknologi digital lainnya.

- b. Menyusun dan menyempurnakan panduan, *check list*, anggaran, *stock inventory*, dan melakukan implementasi *device merchant dan FMS*.
 - c. Melakukan *problem solving, helpdesk dan response center (first level maintenance)* atas permasalahan operasilan dan memaintenance *device merchant*.
 - d. Merekonsiliasi transaksi bisnis *acquaring*.
 - e. Menjadi *support operasional* bisnis e-banking.
 - f. Menjaga otoritas transaksi kartu debit/ATM dan merchant (*incoming call and outgoing call*) yang berguna untuk memitigasi risiko *fraud* selama 24 jam.
 - g. Menjadi monitoring risiko bisnis *retail payment*.
4. Strategy & Business Analytics Department
- a. Menganalisis kondisi internal dan eksternal bisnis *acquaring dan e-banking*.
 - b. Menganalisis persaingan dan potensi bisnis *acquaring dan e-banking*.
 - c. Membuat strategi dan model bisnis *acquaring dan e-banking*.
 - d. Melakukan riset dan kajian kebutuhan, trend, daya saing, dan pola perilaku nasabah.
 - e. Melakukan evaluasi, breakdown, monitoring, target bisnis dan anggaran biaya bisnis *acquaring dan e-banking*.
 - f. Melakukan identifikasi, analisis, serta interpretasi trend atau pola terkait

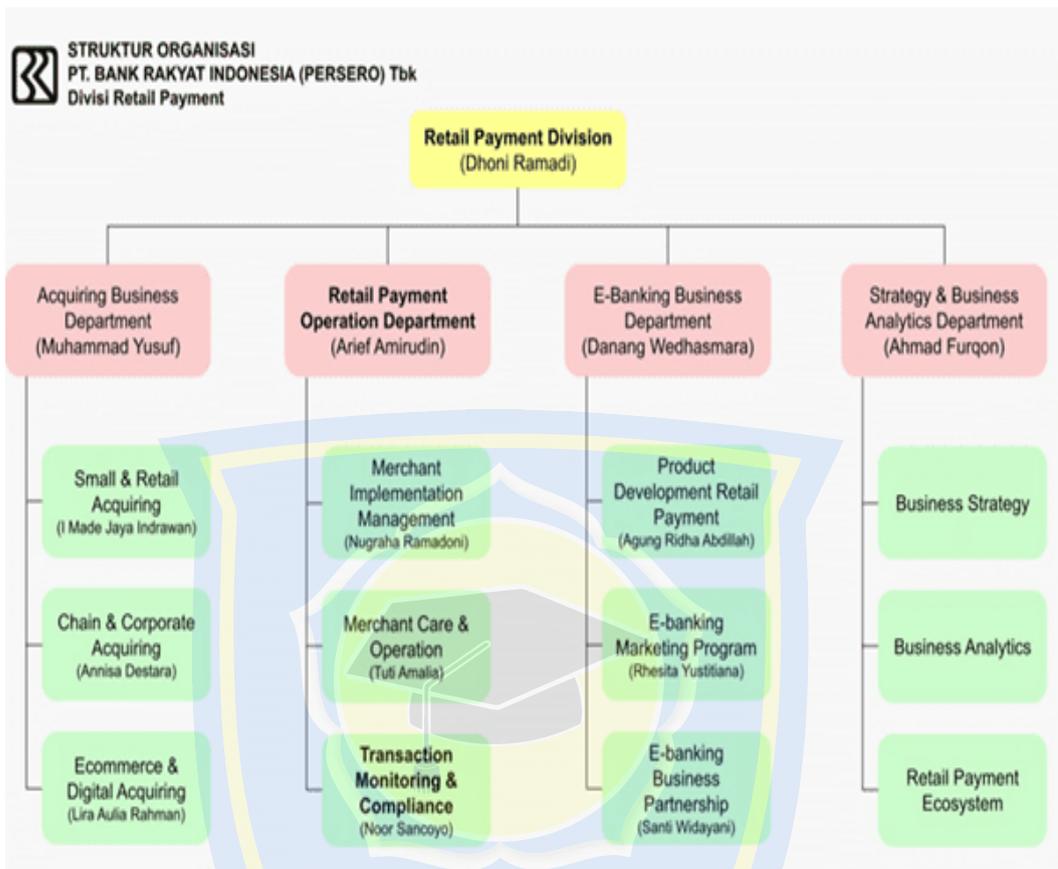
bisnis.

- g. Data acquring/mining, interpretasi dan menganalisis (descriptive, diagnostic, predictive, dan perspective analytic) bisnis.
- h. Memberikan rekomendasi untuk membantu pengambilan keputusan bisnis.
- i. Melakukan pengelolaan manajemen resiko operasional *retail payment*.
- j. Melakukan analisis dan pengelolaan *retail payment ecosystem*.

3.6 Struktur Organisasi Divisi Retail Payment

Berdasarkan informasi dari website pribadi perusahaan BRI yang hanya bisa diakses menggunakan jaringan kantor www.bristars.co.id struktur organisasi *divisi retail payment* seperti di bawah ini :



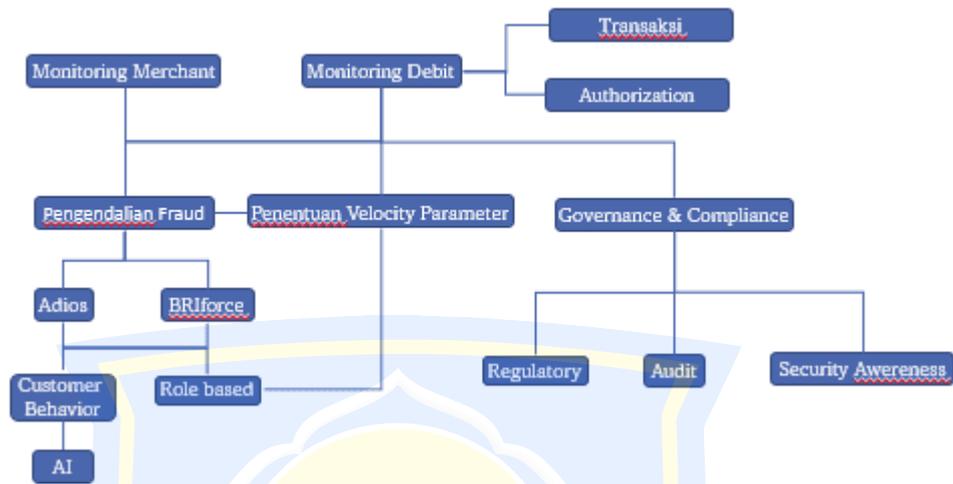


Gambar: 3.6 Struktur Organisasi *Devisi Retail Payment*

Sumber: www.bristars.co.id

Dalam kegiatan magang ini penulis ditempatkan di *devisi retail payment* khususnya lebih fokus pada bagian *Transaction Monitoring and Compliance* di mana bagian ini fokus untuk memonitoring transaksi yang dilakukan oleh nasabah atau pun merchant agar meminimalisir terjadinya fraud.

Transaction Monitoring & Compliance



Gambar : 3.6 Struktur Organisasi Bagian *Transaction Monitoring and Compliance*

Sumber: www.bristars.co.id

Dalam bagian TMC sendiri masih terbagi lagi dalam beberapa bagian diantaranya:

3.7 Masalah- Masalah Yang Sering Dihadapi Dalam Devisi Retail Payment

a. Sosial Engineering Sosial

Sosial engineering merupakan seni manipulatif pada bagian psikologis seseorang yang melakukan kejahatan berupa hacker sehingga seseorang dapat memberikan informasi dan akses rahasia sebuah akun kepada pelaku.

Teknik ini biasanya dilakukan pelaku dengan cara melakukan interaksi singkat bersama korban. (Hidayah, 2020)

b. Sim Swap

Dalam teknik ini pelaku mendapatkan informasi untuk melakukan

kejahatan dengan rekening bank korban dan nomor kartu perdana dan juga. Dimana cara kerja pelaku kebanyakan melakukan pengiriman link yang bisa diisi dengan nama tanggal lahir dan informasi pribadi lainnya yang akan membantu pelaku mendapatkan no OTP (One Time Password). (Awale & Gupta, 2019)

c. Skimming

Mencuri data nasabah dari kartu ATM dengan cara memasang electronic data capture pada bagian ATM kemudian untuk mengetahui pinnya biasan dipasang kamera tersembunyi. Setelah berhasil pelaku akan memindakan data korban ke dalam kartu palsu. (Enrick, 2019)



BAB IV

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PMMB

4.1.1 Lokasi Pelaksanaan PMMB

Kegiatan program magang mahasiswa bersertifikat (PMMB) dilaksanakan di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk yang beralamat di gedung BRI Jl. Jenderal Sudirman Kav.44-46 Jakarta 10210 Indonesia. Tepatnya di gedung BRI pusat Jakarta.

4.1.2 Waktu Pelaksanaan PMMB

Kegiatan program magang mahasiswa bersertifikat (PMMB) dilaksanakan 6 bulan atau kurang lebih 26 minggu. Terhitung dari tanggal 16 September 2021 sampai dengan 16 Maret 2022. Berikut jadwal pelaksanaan magang mulai hari pertama sampai selesai:

- a. Kamis, 16 September 2021 dilakukan kegiatan penempatan peserta PMMB di Unit Kerja masing-masing yang diarahkan oleh Divisi Human Capital Development BRI dan juga dibantu oleh SPV / Mentor setiap bagian
- b. Kamis tanggal 23 sampai dengan jumat tanggal 24 September 2021 dilakukan kegiatan Eventon bording (online) dalam rangka menyambut peserta PMMB Batch II yang dilakukan secara online via aplikasi zoom
- c. Jumat, 17 sep 2021 Pengenalan diri dengan staff dan civitas RPT
- d. Senin, 27 Sep 2021 Pengenalan kegiatan di bagian TMC

- e. Kegiatan berikutnya dilakukan dengan mengikuti kegiatan dan tugas yang diberikan dan mengikuti shift yang berlaku (on the job training).

4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan

4.2.1 Tugas Utama

Dalam kegiatan PMMB ini penulis ditempatkan di *Devisi Retail Payment* (RPT) tepatnya dibagian *Transaction Monitoring and Compliance* (TMC) di mana pada bagian ini tugas utama yang dilakukan oleh penulis yaitu memonitoring transaksi yang dilakukan oleh merchant ataupun nasabah.

Dalam bagian TMC ada beberapa bagian lagi yang menjadi tempat bagi penulis untuk mengerjakan tugas di antaranya:

- a. Membuat Video Edukasi Tentang Kerahasiaan Data Kartu dan OTP yang disebar oleh BRI Pusat ke seluruh kantor cabang di Indonesia dan agen semua agen BRI untuk dipublikasikan untuk nasabah BRI. Video ini merupakan salah satu bentuk usaha dan kegiatan edukasi untuk meminimalisir dan mencegah terjadinya tindak kriminal dalam transaksi bank BRI. Video ini dibuat atas dasar permintaan Kepala Bidang Bagian *Transaction Monitoring and Compliance* Bapak Noor Sancoyo yang diketahui oleh Kepala *Devisi Retail Payment* Bapak Doni dan Wakil Kepala *Devisi Retail Payment* Bapak Arief beserta dengan atasan lainnya dan video edukasi ini juga merupakan project yang menjadi tugas dari prodi Ilmu Komunikasi Universitas Fajar sebagai kegiatan keilmuan yang dapat diterapkan dalam aktivitas magang ini. Sebelum adanya kegiatan PMMB ini tugas membuat edukasi dilakukan oleh staff namun edukasi

yang diberikan masih dalam kemasan lama yang berbentuk tulisan di sosial media dan web resmi BRI saja. Namun dengan adanya kegiatan

PMMB penulis dan rekan-rekan peserta magang berinisiatif untuk melakukan inovasi terhadap cara menyajikan edukasi tersebut agar lebih menarik dan agar pesan yang disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.

Dalam tugas ini penulis dan tim ingin menyajikan edukasi yang bisa mengingatkan agar nasabah selalu berhati-hati dalam melakukan transaksi

dan tidak mudah memberikan data pribadi serta kode OTP (One Time Password atau password sekali pakai yang berisi enam angka rahasia, biasanya dikirimkan melalui SMS atau Email dan berfungsi sebagai sistem keamanan dalam transaksi, umumnya digunakan untuk mengkonfirmasi transaksi pada transaksi online. Selain itu dalam video ini juga disebutkan beberapa data yang harus dijaga juga diantaranya nomor kartu debit, *expired date* kartu (tanggal kadaluwarsa kartu) dan kode *CVV (Card Verification Value)* atau kode keamanan yang dimiliki pemilik kartu kredit berjenis VISA berupa tiga digit angka di belakang kartu debit nasabah.

Dalam tugas ini penulis berperan secara langsung untuk memerankan adengan dalam edukasi ini yang dituangkan dalam bentuk video. Alasan mengapa penulis dan tim membuat edukasi dalam bentuk video karena di era ini menonton lebih menarik bagi hampir semua orang di banding dengan membaca. Dalam pembuatan video edukasi ini penulis menerapkan beberapa hal yang dipelajari dalam ilmu komunikasi diantaranya mengimplementasikan mata kuliah penulisan kreatif, dengan

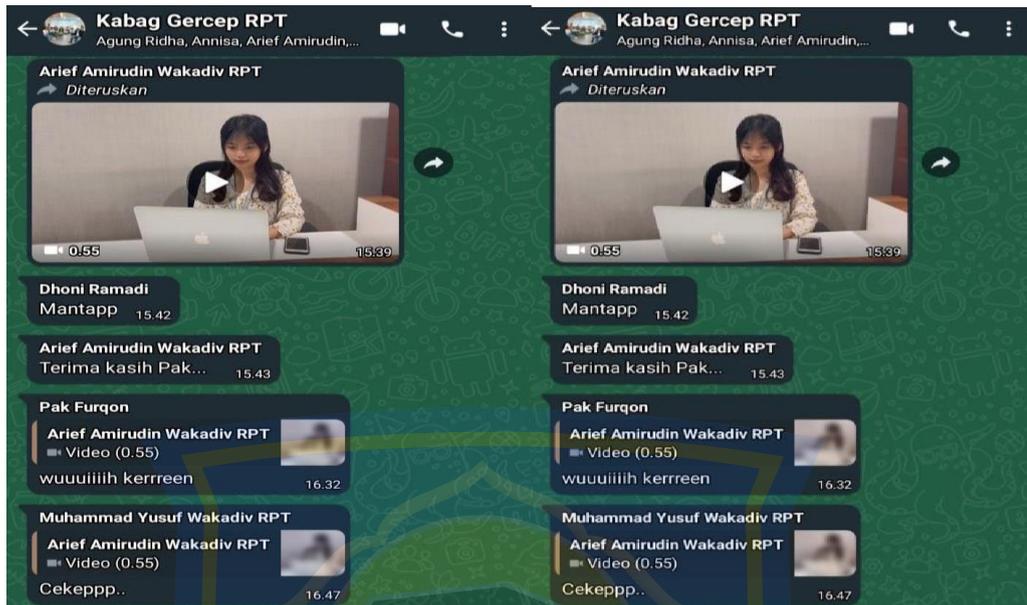
adanya ilmu penulisan kreatif membantu penulis untuk lebih kreatif dalam membuat naskah yang digunakan agar lebih menarik tidak terkesan membosankan. Desain grafis juga menjadi salah satu ilmu komunikasi yang penulis dan tim tuangkan dalam video ini untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan. Selain itu untuk pengambilan dan pengeditan dilakukan oleh rekan penulis yang merupakan mahasiswa komunikasi konsentrasi broadcasting yang pastinya memiliki keahlian dalam vidiografi. Teknis dalam video edukasi ini penulis memerankan seorang nasabah yang mendapatkan kiriman OTP padahal tidak melakukan transaksi apapun dan juga mendapatkan telfon dari nomor yang tidak dikenal yang meminta data pribadi nasabah.



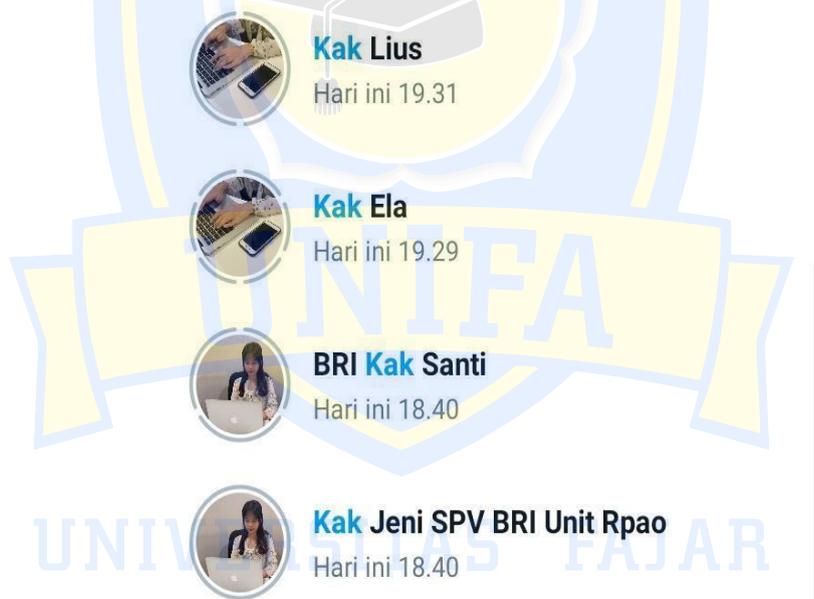


Gambar: 4.2.1 bentuk vidio Tugas Utama

Tujuan utama dari pembuatan edukasi dalam bentuk vidio ini adalah semua nasabah pengguna BRI khususnya nasabah yang masih awam dengan bagaimana cara agar bisa melakukan transaksi yang aman dan terhindar dari kejahatan. Maka dari itu vidio edukasi ini disebarakan di seluruh media sosial dan web resmi BRI dan diteruskan oleh semua insan BRI dan agen yang bekerja sama dengan BRI agar pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan secara luas dan merata. Tidak lupa dalam vidio edukasi ini juga penulis dan tim menginformasikan kontak resmi BRI agar nasabah bisa langsung menghubungi jika ingin bertanya dan melaporkan permasalahan yang ada.



Gambar : 4.2.1 Kepuasan Atasan Dengan Hasil Vidio penulis



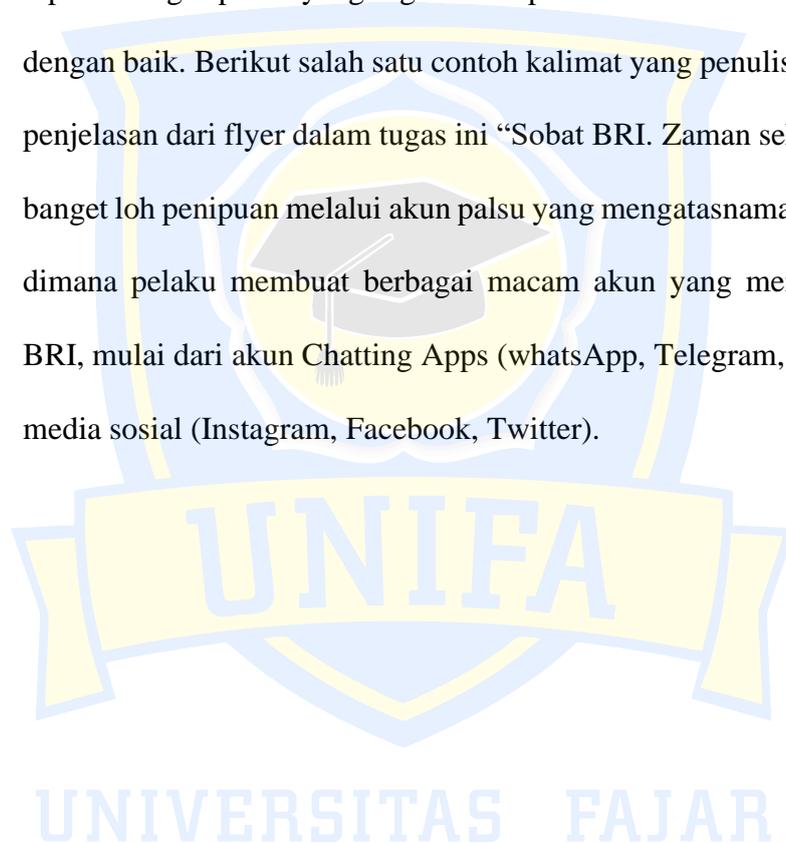
Gambar : 4.2.1 Bukti Vidio Disebarkan Oler Agen dan Pekerja BRI di Seluruh Indonesia

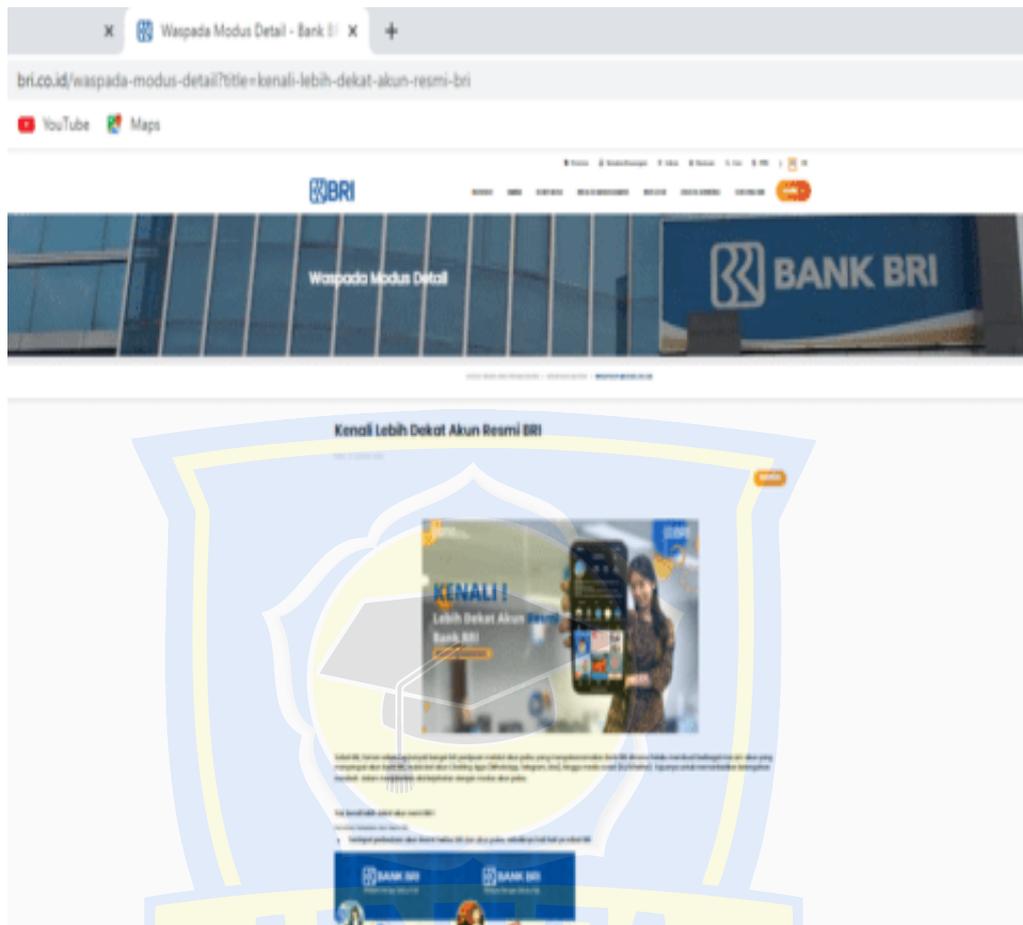
- b. Membuat edukasi di situs resmi BRI bri.co.id tentang waspada modus penipuan yang mengatas namakan akun media sosial bank BRI. Berbeda dengan bentuk edukasi vidio kerahasiaan data kartu dan OTP, edukasi ini

dibuat dalam bentuk flyer dan tulisan yang merupakan penjelasan agar nasabah mudah memahami pesan yang disampaikan. Seperti yang diketahui perkembangan di era globalisasi terjadi di semua sektor, begitu juga pada media massa. Pada masa yang serba elektronik ini hampir semua perusahaan memiliki akun media sosial untuk mempromosikan produk ataupun untuk memberikan informasi kepada konsumennya. Begitu pula dengan BRI, namun banyak oknum yang tidak bertanggung jawab yang membuat akun palsu atas nama Bank BRI untuk menipu nasabah, oleh karena itu penulis menyarankan kepada divisi RPT untuk membuat edukasi mengenai maspada modus penipuan dengan penggunaan media massa.

Bentuk edukasi pada situs ini berbentuk flyer yang bertuliskan “Hati-Hati Akun Sosial Media Palsu Bank BRI” selain itu setelah flyer ada penjelasan dan gambar perbandingan akun palsu dan akun resmi BRI. Tujuan dari pembuatan edukasi ini berlatar belakang dari begitu banyaknya modus penipuan yang menelan tidak sedikit korban dengan mengatasnamakan sosial media. Bahkan korban dari penipuan melalui sosial media tidak hanya pada kalangan yang awam akan media sosial namun anak muda dan nasabah yang sudah sangat terbiasa untuk menggunakan media sosial banyak yang menjadi korban tindak penipuan. Maka dari itu penulis dan tim membuat tugas ini untuk mengantisipasi dan meminimalisir terjadinya tindak kriminal yang tidak diinginkan.

Dalam tugas ini penulis dan tim lebih mengarah ke desain grafis dan juga penulisan kreatif dalam pengimplementasian ilmu komunikasi. Dimana desain grafis berfungsi untuk membuat flyer terlihat lebih menarik dan tidak membosankan, sedangkan dari segi penulisan kreatif disini penulis memilih untuk menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami agar pesan yang ingin disampaikan bisa diterima oleh nasabah dengan baik. Berikut salah satu contoh kalimat yang penulis pakai sebagai penjelasan dari flyer dalam tugas ini “Sobat BRI. Zaman sekarang banyak banget loh penipuan melalui akun palsu yang mengatasnamakan Bank BRI dimana pelaku membuat berbagai macam akun yang menyerupai akun BRI, mulai dari akun Chatting Apps (whatsApp, Telegram, Line). Hingga media sosial (Instagram, Facebook, Twitter).





Gambar: 4.2.1 tampilan situs edukasi di bri.co.id

Setelah flyer penulis memperlihatkan perbandingan akun palsu dan akun resmi Bank BRI agar nasabah dan semua orang lebih kenal dengan akun resmi BRI tujuan peneliti mencantumkan foto akun media sosial BRI selain itu juga bertujuan untuk promosi agar semakin banyak orang dan nasabah yang melihat akun BRI.

Perhatikan Perbedaan Akun Resmi BRI :

- Terdapat perbedaan akun Resmi Twitter BRI dan akun palsu. sebaiknya hati hati ya sobat BRI



- Untuk Sobat BRI yang punya akun Instagram, tetap waspada terhadap akun Instagram palsu berikut :

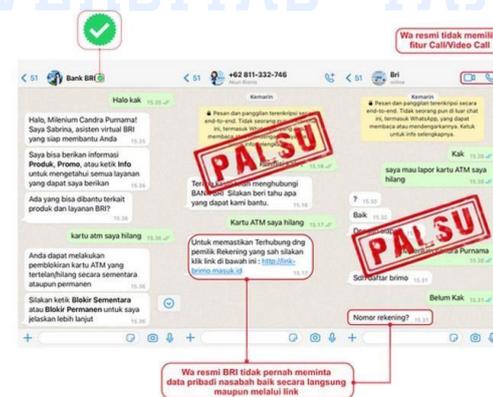


Gambar: 4.2.1 tampilan situs edukasi di bri.co.id

- Buat kamu yang punya akun Facebook, Pastikan kamu follow akun resmi Facebook BRI ya...



- Untuk memberikan keamanan yang lebih baik, akun resmi Whatsapp BRI tidak pernah meminta data pribadi kamu dalam berkomunikasi.



Gambar: 4.2.1 tampilan situs edukasi di bri.co.id

c. Bagian Monitoring Merchant, disini penulis melakukan kegiatan memonitoring setiap transaksi yang dilakukan oleh merchant guna memitigasi dan meminimalisir terjadinya fraud atau risiko bisnis. Kegiatan ini selalu penulis lakukan setiap hari, karena transaksi yang dilakukan oleh nasabah dan merchant itu akan selalu ada dan otomatis terinput ke dalam media yang digunakan untuk memonitoring. Kegiatan ini mengharuskan penulis untuk menguasai beberapa aplikasi yang berfungsi sebagai media yang menunjang kegiatan di bagian ini. Dalam transaksi ini digunakan Xendit dan Ipay sebagai payment gateway sebagai gerbang pembayaran yang bekerja sama dengan BRI. Ada juga Looker dan Support sebagai alamat email Xendit dan Ipay yang berfungsi untuk alat berkomunikasi transaksi harian Fraud Report.

Kegiatan memonitoring transaksi merchant biasanya diawali dengan pengecekan surat yang masuk ke dalam aplikasi kemudian dilanjutkan dengan kegiatan penulis memonitoring transaksi yang ada dalam surat tersebut, monitoring tersebut dimulai dari transaksi terbanyak yang dilakukan dalam waktu dekat dan dengan jumlah di atas tiga juta rupiah (RP3.000.000,00) baik transaksi yang menggunakan EDC BRI sendiri ataupun bank lain yang menggunakan transaksi melalui EDC BRI. Setelah itu penulis akan mengirimkan surat kepada bank lain yang menggunakan EDC BRI agar bisa dilakukan tindak lanjut jika transaksi yang dilakukan merchant yang dimonitoring terdeteksi adanya fraud, namun sebelum mengirimkan surat itu penulis harus mengirimkan form surat terlebih

dahulu ke mentor, SPV dan beberapa atasan lainnya untuk di lihat kelayakan suratnya.

Setelah semua transaksi merchant dimonitoring maka akan di rekap ke dalam data harian, mingguan dan bulanan untuk menjadi pertanggung jawaban dan data penting BRI.

Berikut cara kerja dalam kegiatan ini :

Menggunakan Xendit (Looker)

No.	Tahap Pengerjaan
1	Buka Mozilla Firefox
2	Login ke Zimbra
3	Klik Inbox
4	Pilih pesan Looker kemudian download
5	Data akan muncul dalam bentuk excel
6	Olah data
7	Klik pojok kiri atas gambar panah kemudian klik insert dilanjutkan klik pivotable
8.	Blok headline kolom A DAN B kemudian klik data kemudian filter large to smallerst
9	Kemudian klik transaksi dengan jumlah terbanyak
10	Setelah data terbuka hapur first name, Last name, Phone, Email, Currency
11	Blok transaction sampai dengan approval code lalu copy
12	Buka lembar baru dengan klik New, paste data yang telah di copy, atur tampilan. Jika approval codenya kurang dari 6 angka tambahkan '0
13	Cari masked card number dengan cara buka mozilla kemudia masukkan link bridrive.bri
14	Scroll ke badan dan klik angka yang bertulis kuning dengan kode BRD330A kemudian download (notepad)
15	Copy 4 angka di belakang masked number

16	Masukkan angka setelah itu find next (pastikan angka depan dan blakang sama dan jumlah transaksinya sama)
17	Copy nomor kartu lalu paste di masked number
18	Setelah itu rapihkan dan save filenya
19	Setelah disimpan file akan di rekap ke dalam data harian, mingguan dan bulanan untuk dijadikan laporan pertanggung jawaban perusahaan.

Tabel :4.2.1 Menggunakan Xendit (Looker)

Menggunakan Ipay 88 (Support)

No.	Tahap Pengerjaan
1	Buka Mozilla Firefox
2	Login ke Zimbra
3	Klik Inbox
4	Pilih pesan support
5	Data akan muncul dalam bentuk excel
6	Olah data
7	Reff di hapus
8.	Atur koma pada jumlah transaksi
9	Hapus belakang nomor MID, kemudian detele transsaksi id dan user name. Kemudian blok sesuai dengan bank dan nomor kartu
10	Buat new file kemudian paste yang sudah di copy kemudian cari CC number dengan cara buka mozilla, new tab dan buka MIGS.Mastercard
11	Login kemudian ke menu transaction,financial transaction short (kiri)
12	Copy MID kemudian tambahkan 00
13	Pada headline tanggal sampai from diganti sesuai filenya setelah itu submit
14	Berikutnya cari transaksi terkait berdasarkan jam transaksi dan total amount
15	Copy angka yang digaris bawah/ transaction number
16	Setelah samakan CC number jika sudah kirim surat

Tabel : 4.2.1Menggunakan Ipay 88 (Support)

Setelah kedua data sudah ditarik dan diolah maka akan dilakukan pengiriman surat kepada pihak bank lain yang terkait dengan cara sebagai berikut:

No	Tahap
1	Buka mozilla kemudian masuk ke zimbra klik new message kemudian search tombol kanan atas (klik nama banknya)
2	Setelah itu kemenu transaksi monitoring copy badan surat
3	Paste di file yang disediakan pastikan bin (Bank Identification Number) harus sama yang berupa enam angka di awal nomor rekening
4	Kemudian simpan di draft terlebih dahulu
5	Ke menu Mail buka draft surat yang sudah dibuat
6	Shipping tools (screen) suratnya
7	Kemudian minta persetujuan dari supervisor
8	Setelah di setujui kirim surat ke bank terkait dan tunggu jawaban apakah genuine atau fraud

Tabel : 4.2.1 Cara Mengirim Surat

d. Bagian Monitoring Debit

Berbeda dengan monitoring merchant di bagian monitoring debit ini penulis memonitoring transaksi tarik tunai yang dilakukan oleh nasabah dengan patokan waktu, jumlah dan tempat dilakukannya penarikan tunai jika ke tiga patokan tersebut berbeda dengan aktivitas biasanya contoh jika penarikan dilakukan dengan jumlah yang tidak biasa dalam waktu yang berdekatan atau tempat penarikan tidak sesuai dengan aktivitas sebelumnya maka akan dilakukan monitoring lanjutan.

Dalam kegiatan ini penulis akan menarik data terlebih dahulu dimana data ini dibagi menjadi dua diantaranya data pagi dan data siang. Data pagi yaitu data yang masuk dalam sistem BRI dari jam 6 sore sampai jam

5 pagi sedangkan data siang adalah data yang masuk ke sistem dari jam 7 pagi sampai jam 6 sore. ketika data sudah ditarik dan dilakukan monitoring terhadap transaksinya penulis beserta staff yang bertugas akan menelpon pemilik kartu bersangkutan (*outgoing call*). Kegiatan *outgoing* atau disebut *OG* akan dilakukan dengan cara mencari nomor telepon nasabah terlebih dahulu melalui data yang sudah ditarik di awal. *OG* dilakukan untuk memastikan apakah transaksi tersebut benar dilakukan oleh pemilik kartu atau kartu tersebut disalah gunakan oleh orang lain. Jika terdeteksi penipuan atau pemilik tidak merasa melakukan transaksi tersebut maka nomor rekening tersebut akan disable/kartu akan dinonaktifkan sementara dan akan aktif kembali jika pemilik kartu sudah mengurus di cabang BRI terdekat.

Adapun kalimat yang digunakan untuk kegiatan *OG* ini sebagai berikut:

OG Normal

“Halo selamat pagi/siang/sore. Apakah betul saya terhubung dengan Bapak/Ibu (nama nasabah). Perkenalkan, saya (penulis menggunakan nama samaran karena tidak diperbolehkan menggunakan nama asli untuk menghindari tindakan yang tidak diinginkan) dari layanan monitoring debit BRI pusat, hanya ingin mengonfirmasi, apakah benar ibu/bapak melakukan tarik tunai kemarin/ pagi ini pukul (jam transaksi nasabah) dengan nominal (nominal transaksi nasabah) sebanyak (jumlah transaksi yang dilakukan nasabah) kali tarik dengan total (total transaksi yang dilakukan nasabah)? Apakah benar ibu/bapak sendiri yang melaksanakan

transaksi tersebut?”. Jika nasabah mengakui melakukan transaksi itu maka penulis akan menjawab “Baik, terima kasih Ibu/ Bapak atas konfirmasinya. Kami hanya ingin mengonfirmasi bahwa transaksi tersebut benar dilakukan oleh Ibu/Bapak bukan orang lain. Kami himbau untuk dijaga kerahasiaan data kartu, OTP, maupun PINnya tidak diberikan kepada orang lain maupun karyawan BRI. Lakukan ubah pin kartu secara berkala ya pak/ bu minimal dilakukan selama 3 bulan sekali demi keamanan. Terima kasih banyak Ibu/Bapak atas ketersediaan waktunya. Selamat pagi/siang/sore.”

Saat nasabah menanyakan hal lain diluar transaksi itu maka penulis dan staff yang melakukan OG akan menjawab “Maaf Bapak/Ibu saya hanya mengonfirmasi bahwa penarikan tunai tersebut benar dilakukan oleh Ibu/Bapak, untuk menghindari adanya tindak kejahatan seperti skimming kartu ATM. Untuk pertanyaan mengenai product atau kendala lainnya dapat menghubungi layanan kontak BRI di 14017 atau datang langsung ke kantor BRI terdekat ya pak/bu”.

OG Kartu sudah *disable* (diblokir sementara)

“Halo selamat pagi/siang/sore. Apakah betul saya terhubung dengan Bapak/Ibu (nama nasabah). Perkenalkan, saya (penulis menggunakan nama samaran karena tidak diperbolehkan menggunakan nama asli untuk menghindari tindakan yang tidak diinginkan) dari layanan monitoring debit BRI pusat, hanya ingin menginformasikan bahwa kartu bapak/ibu terdisable/ terbelokir sementara secara system., Bapak/Ibu bisa

mengaktifkan kembali melalui internet banking, mesin atm bri, kontak center ATAU BISA ke kantor bri terdekat. Pemblokiran sistem terjadi karena adanya transaksi yang tidak wajar dari rekening bapak. begitu saja bapak/ibu. kami himbau untuk dijaga kerahasiaan data kartu, OTP, dan PINnya. Lakukan ubah pin kartu secara berkala demi keamanan”.

OG jika nasabah tidak mengakui transaksi

Apabila Bapak/ Ibu benar tidak melakukan transaksi yang tercatat di sistem kami, maka kami akan disable kartu Bapak/ Ibu untuk sementara waktu ditakutkan adanya indikasi ketidakamanan terhadap rekening Bapak/ Ibu. Untuk mengaktifkan kembali dapat dilakukan di ATM BRI/ Ke Kantor BRI terdekat/ Buat laporan (jika benar terindikasi ketidakamanan)

OG jika nasabah meminta blokir permanen

“Maaf Bapak/ Ibu kami tidak bisa melakukan pemblokiran permanen, kami hanya bisa membantu disable sementara dikarenakan pemblokiran hanya bisa dilakukan secara pribadi oleh pemilik rekening. Jika Bapak/ Ibu ingin melakukan pemblokiran permanen dapat menghubungi call center di 14017 atau datang ke kantor BRI terdekat”

Kalimat-kalimat di atas digunakan sesuai dengan kasus atau kondisi yang terjadi dan dalam kegiatan ini penulis serta staff yang melakukan OG diharuskan untuk berbicara dengan laval dan intonasi yang tepat sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan di BRI. Namun ada pengecualian staff yang bertugas untuk melakukan OG bisa memakai kalimat yang lain

untuk menjelaskan tujuan dilakukannya OG dengan syarat tetap pada tujuan utama yaitu mengkonfirmasi transaksi yang dilakukan, selain dari hal itu jika masih ada yang ditanyakan oleh nasabah maka staff yang melakukan OG akan menyarankan nasabah untuk langsung menghubungi *call center* / kontak BRI di 14017 atau mengarahkan nasabah untuk langsung ke kantor cabang BRI terdekat untuk memperjelas hal yang ingin ditanyakan atau masalah yang dialami nasabah. Saat melakukan OG penulis dan staff juga diwajibkan berbicara sambil tersenyum karena suara saat tersenyum akan lebih enak didengar oleh nasabah.

Kegiatan ini didukung dengan beberapa aplikasi di antaranya WBS yang merupakan aplikasi untuk melihat status akun internet banking dan mobile banking. Yang kedua ada BRICare yang merupakan aplikasi untuk pelaporan aktifitas kerja. Ketiga ada SETTLE yang berguna untuk mengecek mutasi rekening nasabah dengan kurun waktu kurang lebih 1 tahun. Yang keempat ada CAMS yang merupakan aplikasi untuk mengecek nomor ponsel pengguna sms banking dan data nasabah lainnya.

4.2.2 Tugas Tambahan

Dalam kegiatan PMMB yang seperti yang penulis katakan di atas bahwa jadwal kegiatannya tidak menurup kemungkinan unruk penulis mendapatkan tugas tambahan dari atasan seperti:

- a. Membantu mengerjakan tugas yang diberikan oleh Bapak Wakil Kepala *Divisi Retail Payment* (Pak Arief) berupa mencari jurnal-jurnal yang berhubungan dengan BRI. pembahasan yang biasanya dibahas dari tugas

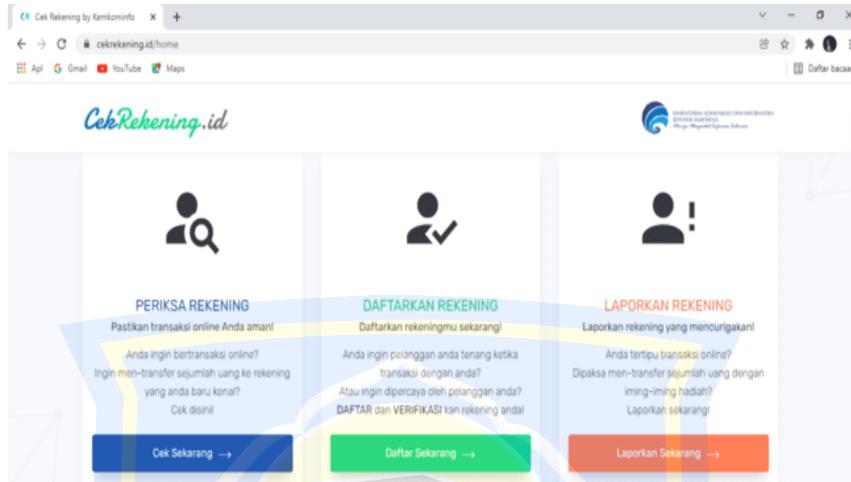
ini yaitu tentang transformasi BRI baik dalam transformasi digital maupun transformasi *culture*. Setelah itu jika semua data telah di temukan maka penulis akan membuat laporan berupa PPT yang akan di presentasikan.

- b. Melakukan pengecekan rekening yang bekerja sama dengan KOMINFO untuk mencari tahu apakah nomor rekening yang dimasukkan lalu dicek pernah teridentifikasi melakukan tindakan penipuan atau tidak, jika pernah akan dilakukan tindakan lanjutan berupa pencarian data atau informasi pribadi mengenai pemilik nomor rekening yang terkait. Dalam kegiatan ini menggunakan situs web cekrekening.id by kominfo yang akan membantu menunjukkan penipuan apa yang dilakukan oleh rekening terkait, kapan kejadian itu teridentifikasi dan apa status dari penipuan itu. Data yang dicari dalam kegiatan ini setiap harinya bertambah sesuai dengan transaksi yang dilakukan nasabah BRI itu sendiri. Kegiatan ini sendiri dilakukan pemerintah dengan bekerja sama dengan bank yang bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kasus-kasus kriminal dalam dunia perbankan.

Berikut tahap-tahap untuk pengecekan rekening melalui kominfo:

No	Tahap
1	Buka google chrome
2	Masukkan web cekrekening.id
3	Klik tulisan cek sekarang
4	Pilih nama bank
5	Masukkan nomor rekening yang ingin di cek
6	Klik tulisan cek sekarang
7	Scroll ke bawah akan ada laporan tentang rekening yang di cek

Tabel : 4.2.2 cara cek rekening by kominfo



Gambar : 4.2.2 cara cek rekening by kominfo tahap ke 2 dan 3



Gambar : 4.2.2 cara cek rekening by kominfo tahap ke 4,5 dan 6



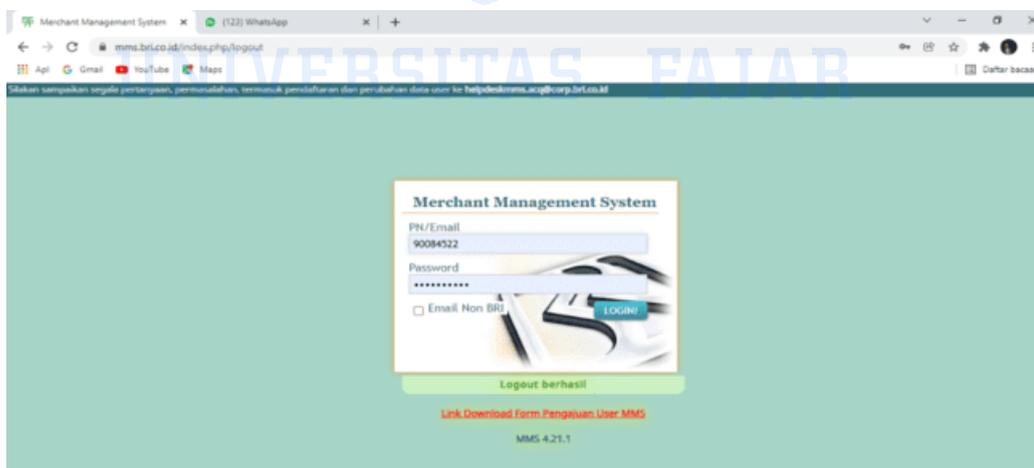
Gambar : 4.2.2 cara cek rekening by kominfo tahap 7

- c. Mencari nomor telepon merchant yang memiliki resiko tinggi sehingga harus dimonitoring, transaksi adan kegiatan merchantnya
- Aplikasi yang digunakan dalam kegiatan ini disebut MMS (mms.bri.co.id)

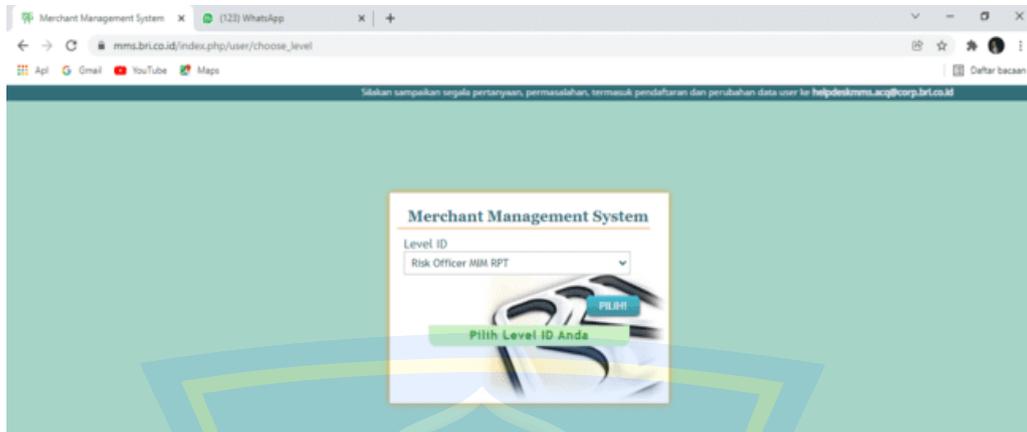
Berikut tahap-tahap dalam mencari nomor merchant:

No	Tahap
1	Buka google Mozilla atau chrome
2	Masukkan link mms.bri.co.id yang terhubung dengan intranet BRI
3	Login ke akun mmsnya
4	Trus pilih Risk Officier MIM RPT
5	Pada menu Merchant List klik sudah proses approval
6	Masukkan nomor MID dengan menambahkan 00 di awal kemudian klik search
7	Data akan muncul tapi tidak semua untuk menampilkan data keseluruhan klik detail di sebelah kanan
8	Setelah itu data pemilik, MID, merchant dan pemilik akan muncul
9	Copy nomor telepon kemudian paste di data yang sudah di sediakan

Tabel : 4.2.2 Cara Mencari Nomor telepon Merchant



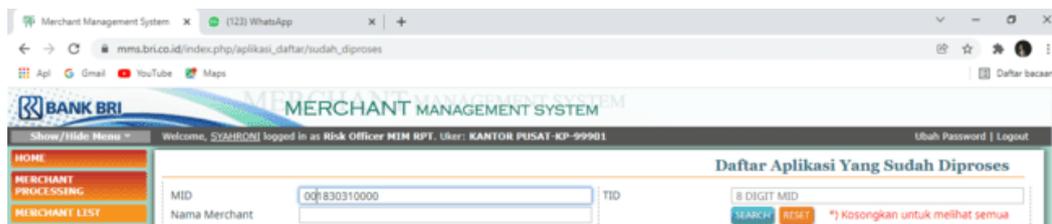
Gambar: 4.2.2 Cara Mencari Nomor telepon Merchant 1,2 dan 3



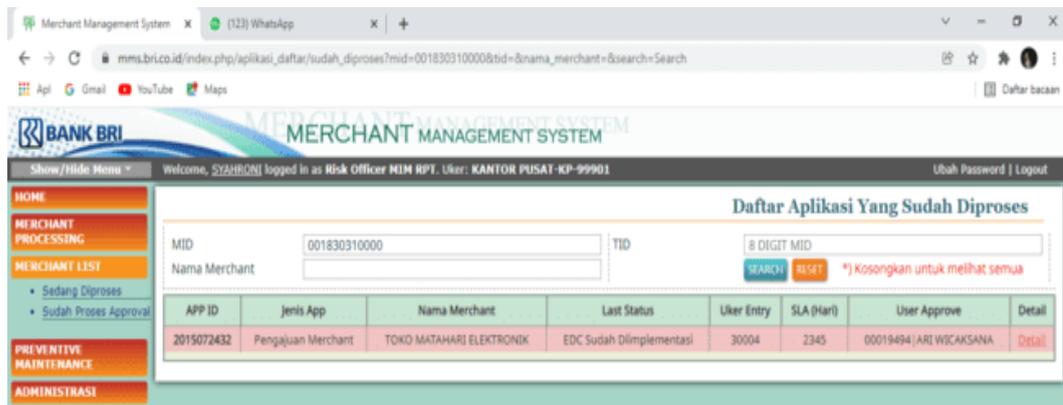
Gambar: 4.2.2 Cara Mencari Nomor telepon Merchant tahap nomor 4



Gambar: 4.2.2 Cara Mencari Nomor telepon Merchant tahap nomor 5



Gambar: 4.2.2 Cara Mencari Nomor telepon Merchant tahap nomor 6



Gambar: 4.2.2 Cara Mencari Nomor telepon Merchant tahap nomor 7 dan 8

4.2.3 Kendala

Adapun kendala yang dihadapi penulis saat pelaksanaan program magang ini diantaranya:

1. Dari segi media yang digunakan penulis juga mengalami sedikit kendala, karena banyak media baru yang digunakan dalam pelaksanaan program magang ini seperti penggunaan Excel dan aplikasi yang Cuma biasa digunakan dengan jaringan dan kode khusus BRI.
2. Kendala juga muncul saat penulis membuat materi tentang edukasi menjaga kerahasiaan data kartu dan OTP sebagai tugas utama penulis dalam kegiatan ini, dikarenakan penulis belum memahami betul unsur-unsur apa saja yang ada di dunia perbankan yang bisa menjadi jembatan terjadinya kejahatan dan bagaimana cara mengatasi hal tersebut. Dan juga penulis belum mengerti bagaimana cara penyajian edukasi tersebut agar sesuai dengan bidang keilmuan Komunikasi dan pastinya sesuai juga dengan ketentuan bank BRI.

3. Dalam pembuatan tugas utama yaitu pemberian edukasi penulis belum mengetahui siapa sasaran dan target utama bank BRI
4. Dalam kegiatan monitoring debit khususnya OG penulis belum mengerti cara berkomunikasi yang benar dengan nasabah, bagaimana laval dan intonasi yang tepat dan bagaimana cara agar pesan yang disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.
5. Penulis juga mengalami kendala dalam proses pengeditan karena penulis sendiri di bangku kuliah memilih konsentrasi public relations. Penulis juga kekurangan ide-ide kreatif yang akan digunakan dalam penyampaian edukasi agar publik tertarik untuk membaca, menonton dan mendengarkan edukasi yang penulis berikan.

4.2.4 Solusi

1. Minggu pertama penulis memperhatikan cara staff di bagian TMC saat bekerja kemudian mempelajari aplikasi yang digunakan, mempelajari cara menarik dan mengolah data dengan excel dan bagaimana cara menyalurkan data yang sudah diperoleh. Kegiatan ini tidak luput dari pengawasan SPV dan mentor.
2. Sebelum membuat materi video edukasi tentang menjaga kerahasiaan data dan OTP penulis terlebih dahulu bertanya tentang sebab akibat dari masalah yang sering muncul, langkah-langkah apa saja yang sudah dilakukan untuk meminimalisir kejadian tersebut, dari langkah tersebut apakah efisien untuk meminimalisir masalah yang terjadi. Setelah itu peneliti baru menentukan

media dan bagaimana bentuk edukasinya sesuai dengan ketentuan BRI dan tentunya sesuai dengan teori komunikasi krisis dan manajemen krisis.

3. Untuk menentukan sasaran dan target utama siapa yang akan diberikan edukasi penulis terlebih dahulu mencari tau siapa target pasar BRI agar bisa lebih mudah menyesuaikan bagaimana komunikasi yang baik agar pesan yang diberikan berupa edukasi bisa dimengerti oleh nasabah (komunikasikan)
4. Untuk kegiatan OG sendiri penulis dibimbing dan diarahkan oleh staff yang bertugas dan terus berlatih agar bisa melakukan kegiatan OG dengan baik.
5. Dalam kendala pengeditan penulis belajar dan dibantu oleh salah satu rekan magang yang juga berasal dari jurusan ilmu komunikasi konsentrasi *broadcasting* Universitas Fajar.

4.3 Temuan Hal-hal Baru

Dalam pelaksanaan kegiatan program magang mahasiswa bersertifikat yang dilaksanakan di Jakarta selama kurang lebih 6 bulan sangat banyak pengalaman baru yang didapat dan dipelajari oleh penulis selaku peserta PMMB batch II diantaranya:

1. Selama masa perkuliahan penulis hanya mendapatkan teori tentang komunikasi krisis atau crisis handling namun di sini penulis bisa langsung turun tangan untuk menyelesaikan dan meminimalisir risiko yang terjadi dan bagaimana cara untuk menarik kembali minat nasabah untuk tetap percaya kepada bank BRI
2. penulis dapat mengetahui dan mengerjakan tugas perbankan khususnya di bank BRI yang terkait atau berhubungan dengan jurusan ilmu komunikasi seperti

membuat edukasi di media sosial dan situs resmi bank BRI baik dalam bentuk video, gambar ataupun narasi.

3. penulis bisa melihat bagaimana sistem operasinal bank, yang ternyata dalam bank tidak hanya kegiatan simpan pinjam tapi ada marketing, krisis handling, dan dalam kegiatan bank juga ternyata menggunakan berbagai macam jenis-jenis komunikasi untuk melakukan kegiatan perbankan.
4. penulis bisa mengetahui bagaimana cara bank menentukan target pasar, pengelolaan produk dan bagaimana cara mengatasi permasalahan yang muncul. Dan ternyata manajemen krisis dan juga teori komunikasi krisis yang penulis pelajari di bangku kuliah bisa digunakan dalam meminimalisir krisis yang terjadi di bank.
5. Dengan adanya program PMMB ini penulis bisa mengetahui bagaimana bank BRI menjalin komunikasi sehingga bisa bekerja sama dengan berbagai merchant yang ada di Indonesia.
6. Dengan adanya kegiatan ini penulis juga bisa mengetahui bagaimana cara BRI dalam memasarkan produk dan jasanya serta bagaimana bank BRI memperbaiki dan menjaga citra perusahaan agar tidak tercemar akibat banyaknya kasus dan masalah yang terjadi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menyelesaikan kegiatan yang dilakukan penulis selama menjalankan magang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jakarta yang berfokus pada *divisi retail payment* bagian *transaction monitoring and compliance* selama kurang lebih enam telah memberikan pengalaman yang luar biasa dari orang-orang yang telah memiliki pengalaman kerja yang profesional dan penulis juga mendapatkan ilmu pengetahuan yang bisa penulis gunakan sebagai bekal untuk menjadi seorang *Public Relations* yang baik.

Dari kegiatan ini juga dapat dilihat ternyata bank merupakan salah satu faktor penting pendukung perkembangan perekonomian dalam suatu negara karena bank tidak hanya memikirkan keuntungan untuk pihak mereka sendiri namun memikirkan juga bagaimana perkembangan ekonomi nasional masyarakat Indonesia.

Di dalam penulisan ini sudah tertera bahwa dalam menangani permasalahan yang terjadi di dalam bank ternyata ada kaitannya dengan pengimplementasian ilmu komunikasi yaitu komunikasi krisis atau krisis handling. Karena tanpa adanya kegiatan komunikasi maka permasalahan yang terjadi tidak akan terkoordinasi dan tidak akan terselesaikan dengan baik. Dengan adanya komunikasi yang baik antara nasabah, merchant dan pihak bank sendiri maka akan ada jalan keluar yang akan ditemui atau setidaknya dapat meminimalisir resiko yang akan terjadi.

Begitu pun karena banyaknya kasus penipuan yang terjadi dengan adanya kegiatan magang ini penulis bisa memberikan edukasi aman bertransaksi dalam dunia perbankan dengan mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan di bangku kuliah baik langsung berkomunikasi dengan pihak terkait seperti nasabah dan merchant ataupun melalui media sosial, foto ataupun vidio.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Buat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Dengan adanya kegiatan magang ini penulis berharap ke depannya BRI menempatkan mahasiswa magang sesuai dengan bidang yang digeluti mahasiswa agar kegiatannya bisa lebih bermanfaat dan ilmu yang didapatkan peserta di bangku kuliah bisa diimplementasikan dengan baik dan lebih mendalam.

Penulis berharap semoga dengan adanya kegiatan magang seperti PMMB ini yang diikuti banyak mahasiswa, BRI khususnya *devisi retail payment* bisa menjadi tempat untuk mencari pengalaman, mengembangkan keterampilan, meningkatkan profesionalisme peserta magang agar lebih siap masuk di dunia kerja nyata.

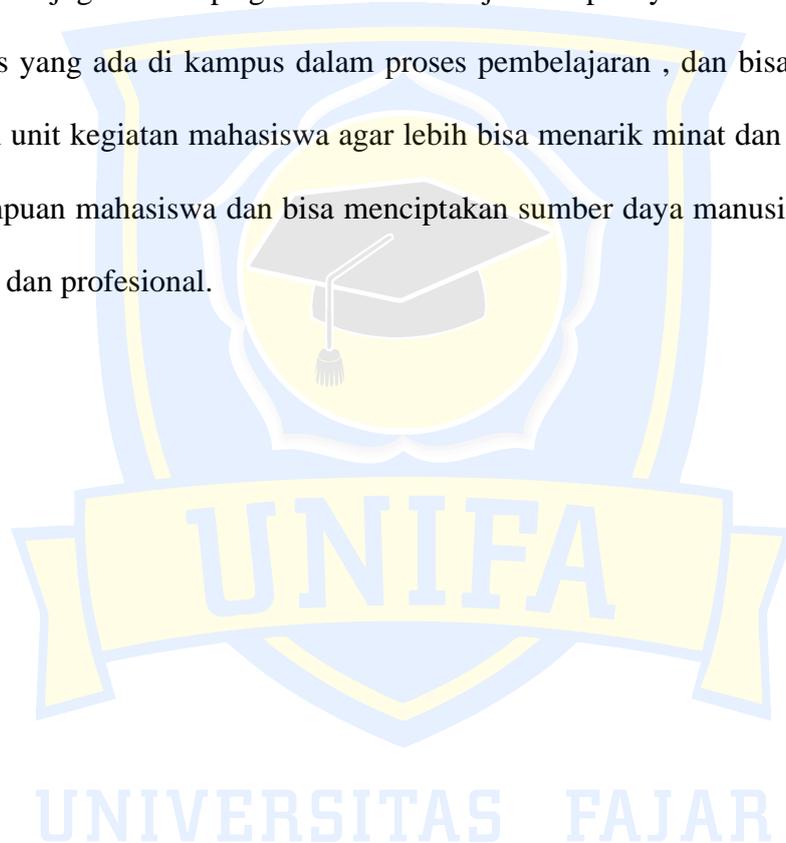
Penulis juga berharap semoga ke depannya sistem dan aplikasi yang digunakan untuk memonitoring transaksi nasabah dan merchant lebih dikembangkan agar proses pengerjaannya lebih mudah dan cepat dan pastinya sebelum peserta magang menjalankan kegiatan agar pihak BRI memberikan edukasi terlebih dahulu agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan terarah.

Dan yang terakhir semoga ke depannya pihak PT. Bank Rakyat Indonesia lebih banyak memberikan edukasi transaksi aman agar tidak ada lagi yang mengalami tindak penipuan.

5.2.2 Saran Buat Universitas Fajar Makassar

Dengan adanya kegiatan magang ini penulis berharap pihak Universitas Fajar khususnya Prodi Ilmu Komunikasi lebih memperbanyak praktek lapangan untuk kegiatan perkuliahan agar mahasiswa memiliki kemampuan dasar sehingga bisa lebih mudah beradaptasi jika sudah melangka kedunia kerja yang nyata.

Penulis juga berharap agar Universitas Fajar kedepannya lebih mempergunakan fasilitas yang ada di kampus dalam proses pembelajaran , dan bisa bekerja sama dengan unit kegiatan mahasiswa agar lebih bisa menarik minat dan meningkatkan kemampuan mahasiswa dan bisa menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang unggul dan profesional.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). *Pengertian Bank, Fungsi, dan Jenis-Jenis Bank di Indonesia*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-bank/>
- Awale, S. M., & Gupta, D. P. (2019). Awareness of Sim Swap Attack. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, Volume-3(Issue-4)*, 995–997. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd23982>
- Cermati. (2018). *Pengertian Bank, Jenis, dan Fungsinya untuk Masyarakat*. Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/pengertian-bank-jenis-dan-fungsinya-untuk-masyarakat>
- Enrick, M. (2019). Pembobolan ATM Menggunakan Teknik Skimming Kaitannya Dengan Pengajuan Restitusi. *Jurist-Diction, 2(2)*, 555. <https://doi.org/10.20473/jd.v2i2.14252>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum, 8(1)*, 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hidayah, I. R. (2020). Representasi Social Engineering Dalam Tindak Kejahatan Dunia Maya (Analisis Semiotika Pada Film Firewall). *Tibanndaru : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 4(1)*, 30. <https://doi.org/10.30742/tb.v4i1.905>
- Ilmu, S. (2021). *Pengertian Komunikasi secara Umum dan Tujuan Komunikasi*. Studilmu.Com. <https://www.studilmu.com/blogs/details/pengertian-komunikasi-secara-umum-dan-tujuan-komunikasi>
- Informasi Perusahaan, Website BRI, <https://bri.co.id/info-perusahaan>, diakses pada 27 Desember 2021.
- Imran,Ayub,Ilfandy. (2017). *Komunikasi Krisis*. Yogyakarta. CV Budi Utama Jhe,
- M. (2019). *Mengenal Apa Itu Ilmu Komunikasi*. Kelaskomunikasi.Com. <https://kelaskomunikasi.com/apa-itu-pengertian-komunikasi/>
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan, 2(1)*, 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>

- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1–8.
- Rogahang, J. J. (2016). *Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016*. 1–12.
- Tobing, D. hizki, Herdiyanto, Y. K., & Astiti, D. P. (2016). Bahan Ajar Metode Penelitian Kualitatif. *Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udaya*, 42.
https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/870ba33936829bb37ecd8f62f8514ba7.pdf
- Utami, S. N. (2021). *komunikasi :Pengertian Para Ahli, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para-ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya>



D
O
K
U
M
E
N
T
A
S
I



UNIVERSITAS FAJAR



Gambar 1 : foto bersama keluarga besar TMC



Gambar 2 : Foto Bersama SPV dan Staff Monitoring Merchant



Gambar 3 : Foto Bersama Peserta Magang PMMB Batch II



Gambar 4 : Foto keseruan Executive Vice Presiden, Kadir, Kabag dan staff RPT dalam memerikan HUT BRI ke 126



Gambar 5 : Foto Kesyukuran malam NOAH X BRIMO

