

**LAPORAN KEGIATAN MAGANG**

**ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN  
DIGITAL DI PT BANK DANAMON INDONESIA KCP  
PANGKALPINANG**



**Disusun oleh KARMILA DWI ADINDA 20775000044**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**ISB ATMA LUHUR**

**2023/2024**



INSTITUT SAINS DAN BISNIS ATMA LUHUR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PENGESAHAN LAPORAN KEGIATAN MAGANG

Program Studi : Bisnis Digital  
Jenjang Studi : Strata I (S1)  
Judul : Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Digital di PT Bank  
Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang

Oleh :

Karmila Dwi Adinda 2077500044

Menyetujui,  
Pembimbing

Seno Hadi Saputro, M.M.  
NIDN. 0215128201

Pangkalpinang, 08 Februari 2024  
Pembimbing Lapangan,



Yohanes Dwi Permama  
NIDN. 00176304

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Bisnis Digital,



Sarwindah, S.Kom., MM  
NIDN. 0212068601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Hengki, S.Kom., M.Kom  
NIDN. 0215128201

## ABSTRAK

Praktikan melaksanakan program magang (praktik kerja) pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk KCP Pangkalpinang, jalan masjid jamik no. 27 pangkalpinang, kota pangkalpinang, Bangka Belitung 33132. Magang berlangsung empat bulan terhitung dari tanggal 09 oktober 2023 s.d. 08 februari 2024. Tujuan dilaksakannya program magang (praktik kerja) belajar kampus merdeka (MBKM) untuk mendapatkan pengalaman kerja sebelum memasuki dunia kerja. Serta agar mahasiswa ataupun mahasiswi dapat meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan yang telah di dapatkan pada masa perkuliahan. Pada awal magang, praktikan menghadapi kendala-kendala yaitu kesulitan mengimbangi masa magang, kesulitan dalam menyusun laporan, kesulitan dalam menyusun strategi dan rendahnya kepercayaan diri pada saat masa magang. Setelah program magang selesai, keuntungan yang didapat adalah praktikan memahami administrasi marketing pada PT Bank Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang. Penulisan laporan ini menguraikan manfaat dan tujuan program magang (praktek kerja) diantaranya dengan menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat, mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan formal. Di samping itu, dari pelaksanaan program magang mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pembangunan. Dalam laporan ini diterangkan penempatan pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk KCP Pangkalpinang yang ditempatkan di divisi *administrasi marketing*.

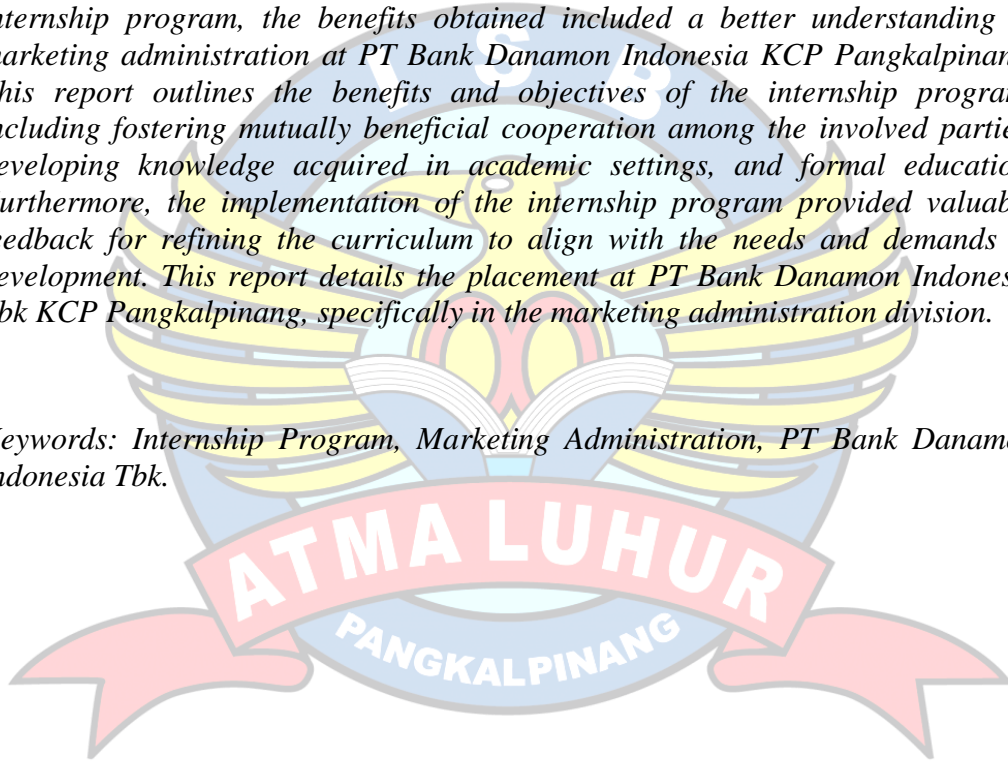
Kata Kunci : Program Magang, *Administrasi Marketing*, PT Bank Danamon Indonesia Tbk



## ABSTRACT

*Interns carried out an internship program at PT Bank Danamon Indonesia Tbk KCP Pangkalpinang, located at Jalan Masjid Jamik No. 27, Pangkalpinang, Bangka Belitung 33132. The internship lasted for four months, starting from October 9, 2023, to February 8, 2024. The purpose of the internship program was to engage in the Independent Campus Learning (Kampus Merdeka) initiative to gain work experience before entering the professional world. Additionally, it aimed to enhance the knowledge, experience, skills, and abilities acquired during the academic period for both male and female students. At the beginning of the internship, the interns faced challenges such as difficulty in balancing the internship period, trouble in composing reports, challenges in developing strategies, and a lack of confidence during the internship. After completing the internship program, the benefits obtained included a better understanding of marketing administration at PT Bank Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang. This report outlines the benefits and objectives of the internship program, including fostering mutually beneficial cooperation among the involved parties, developing knowledge acquired in academic settings, and formal education. Furthermore, the implementation of the internship program provided valuable feedback for refining the curriculum to align with the needs and demands of development. This report details the placement at PT Bank Danamon Indonesia Tbk KCP Pangkalpinang, specifically in the marketing administration division.*

*Keywords: Internship Program, Marketing Administration, PT Bank Danamon Indonesia Tbk.*



## KATA PENGANTAR

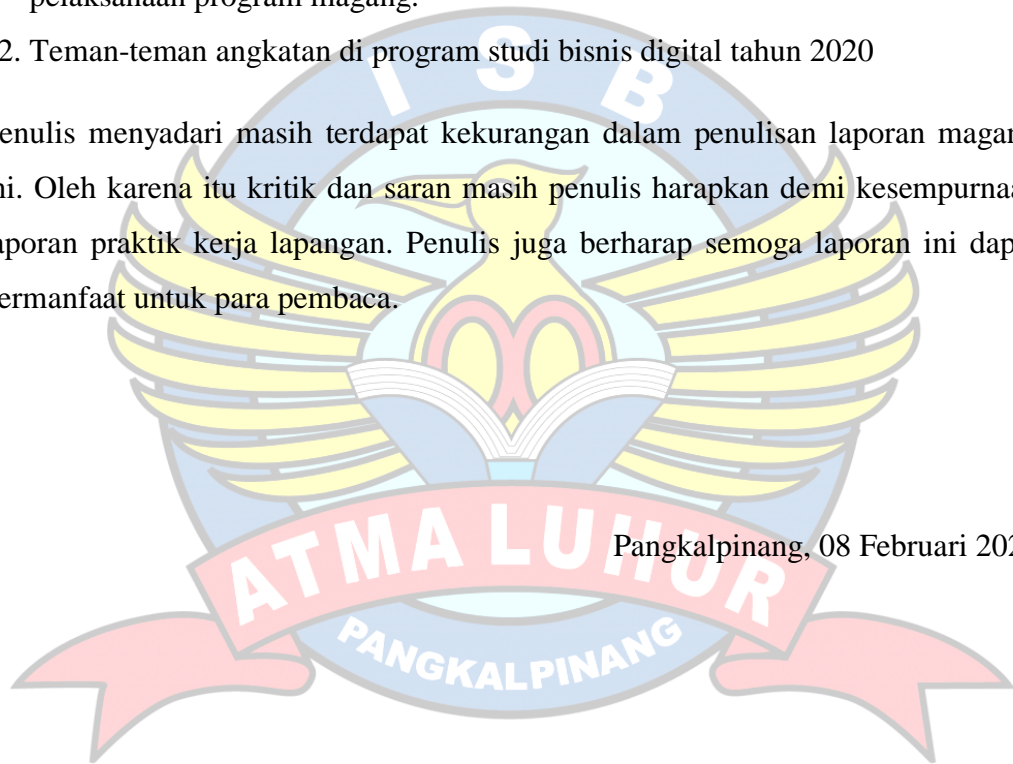
Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini tanpa halangan. Praktikan melakukan praktik kerja lapangan pada Divisi Administrasi Marketing, PT Bank Danamon Indonesia Tbk KCP Pangkalpinang yang beralamat di jalan Masjid Jamik No. 27 Pangkalpinang, Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung 33132.

Laporan ini disusun sebagai syarat kelulusan mahasiswa program studi bisnis digital, fakultas ekonomi dan bisnis, ISB Atma Luhur ini dengan judul “Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Digital di PT Bank Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang”. Program magang merupakan program wajib yang harus diikuti oleh semua mahasiswa ISB Atma Luhur. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran dan ketekunan dalam menyelesaikan kegiatan program magang dalam menyusun laporan program ini.
2. Kepada Kedua orang tua Bapak Yulianto dan Ibu Martinawati yang telah banyak membantu dalam penulisan laporan magang ini dalam bentuk dukungan moril maupun materil.
3. Kepada kedua saudara kandung saya Tomas Yuda Kurniawan dan Kemal Ardian yang telah memberikan dorongan dalam bentuk moral.
4. Pakwo Halim Alamsyah dan makwo Sri Karmiati yang telah banyak membantu dalam memberi dukungan masukan moril dan material.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Wendi Usino, Msc, MM. Selaku rektor ISB ATMA LUHUR Pangkalpinang
6. Bapak Hengki, S.Kom., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Sarwindah, S.Kom., MM selaku Ketua program studi Bisnis digital.
8. Bapak Seno Hadi Saputro, M.M. selaku dosen pembimbing dalam pembuatan laporan praktik program magang.

9. Bapak Yohanes Dwi Purnama selaku *Branch Manager* yang telah memberikan izin kepada praktikan untuk melaksanakan program magang di PT Bank Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang
10. Bapak Amen selaku *Branch Service Manager* yang telah memberikan izin kepada praktikan untuk melaksanakan program magang di PT Bank Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang
11. Seluruh karyawan PT Bank Danamon Indonesia KCP Pangkalpinang telah menerima dan mengarahkan praktikan pada saat awal hingga akhir pelaksanaan program magang.
12. Teman-teman angkatan di program studi bisnis digital tahun 2020

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan laporan magang ini. Oleh karena itu kritik dan saran masih penulis harapkan demi kesempurnaan laporan praktik kerja lapangan. Penulis juga berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.



Pangkalpinang, 08 Februari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Manfaat Penulisan .....	3
1.4. Tujuan Penulisan .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1. Fungsi Bank .....	7
2.2. Jenis – Jenis Bank.....	9
2.2.1. Jenis-jenis bank berdasarkan fungsinya .....	9
2.2.2. Jenis Bank Berdasarkan Kepemilikannya .....	10
2.2.3. Jenis bank menurut status.....	11
2.2.4. Jenis Bank Berdasarkan Kegiatan Usaha .....	11
2.2.5. Jenis bank berdasarkan bentuk badan usaha .....	11
2.2.6. Jenis Bank Menurut Organisasi .....	11
2.3. Pengertian Kredit.....	12

2.4.	Pengertian Digital Marketing .....	13
2.5.	Metode Penelitian.....	21
2.6.	Jenis dan Sumber Data .....	22
2.6.1.	Data Primer .....	22
2.6.2.	Data Sekunder .....	24
2.7.	Teknik Pengumpulan Data .....	25
2.7.1.	Studi kepustakaan.....	25
2.7.2.	Studi lapangan.....	26
2.8.	Teknik Analisis Data .....	27
<b>BAB III</b>	<b>ORGANISASI .....</b>	<b>28</b>
3.1.	Sejarah PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	28
3.2.	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan.....	43
3.2.1.	Visi .....	43
3.2.2.	Misi .....	44
3.2.3.	Nilai Perusahaan.....	45
3.3.	Makna logo Danamon .....	49
3.4.	Prestasi PT. Bank Danamon Indonesia Tbk .....	50
3.5.	Struktur organisasi (Kepemilikan Saham).....	68
3.6.	Wilayah Operasional dan Jaringan Bank .....	69
3.7.	Produk-produk PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	72
3.7.1.	Simpanan Danamon .....	74
3.8.	Kartu Transaksi .....	98
3.9.	Produk Investasi .....	106
3.9.1.	Macam-macam Produk Investasi .....	107
3.10.	Daily Market Recap.....	113

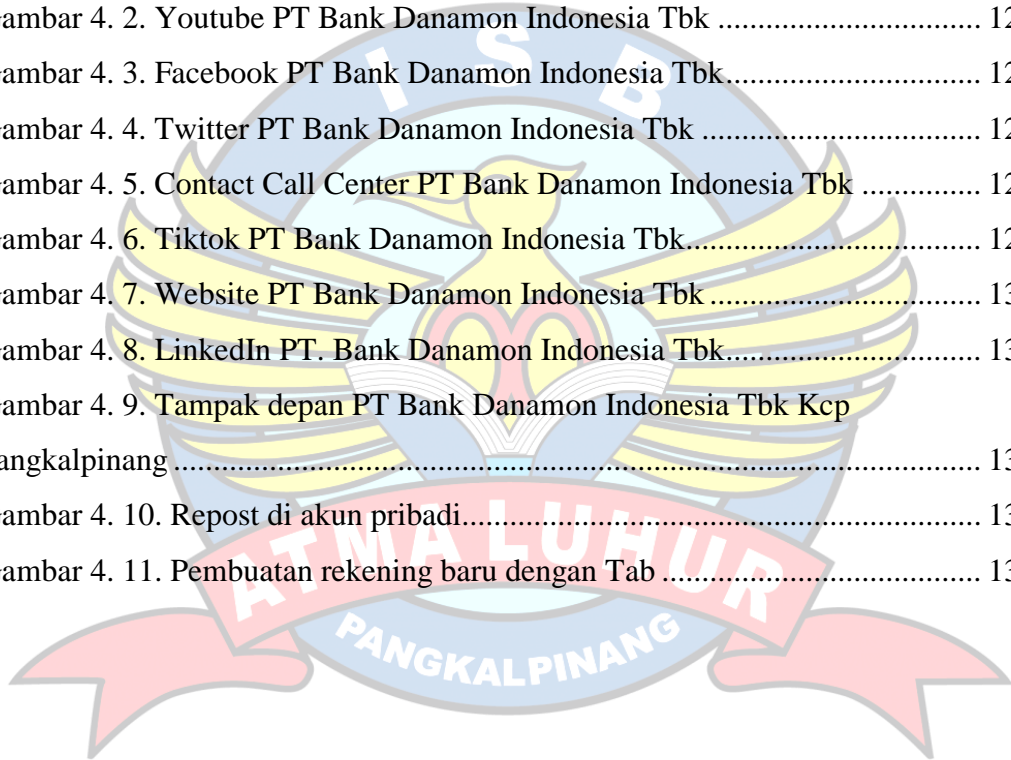


3.10.1. Program-program Wealth Management.....	113
3.11. Asuransi kesehatan .....	120
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>122</b>
4.1. Analisis SWOT Bank Danamon.....	122
4.2. Pemasaran Digital PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	123
4.3. Efektivitas Pemasaran Digital PT Bank Danamon Indonesia Tbk.....	124
4.4. Keterlibatan Praktikan Dalam Efektivitas Pemasaran Digital PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	131
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>143</b>
5.1. KESIMPULAN .....	143
5.2. SARAN .....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>146</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>150</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Logo PT Bank Danamon Indonesia Tbk.....	49
Gambar 3. 2. Struktur Kepemilikan dan Informasi Saham.....	69
Gambar 3. 3. Struktur organisasi PT Bank Danamon Indonesia Tbk November 2023.....	70
Gambar 3. 4. Struktur organisasi wilayah branch network PT Bank Danamon Indonesia Tbk 2023.....	72
Gambar 4. 1. Instagram PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	127
Gambar 4. 2. Youtube PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	127
Gambar 4. 3. Facebook PT Bank Danamon Indonesia Tbk.....	128
Gambar 4. 4. Twitter PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	128
Gambar 4. 5. Contact Call Center PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	129
Gambar 4. 6. Tiktok PT Bank Danamon Indonesia Tbk.....	129
Gambar 4. 7. Website PT Bank Danamon Indonesia Tbk .....	130
Gambar 4. 8. LinkedIn PT. Bank Danamon Indonesia Tbk.....	130
Gambar 4. 9. Tampak depan PT Bank Danamon Indonesia Tbk Kcp pangkalpinang .....	131
Gambar 4. 10. Repost di akun pribadi.....	133
Gambar 4. 11. Pembuatan rekening baru dengan Tab .....	134



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Analisis SWOT Bank Danamon .....	122
Tabel 4. 2. Waktu pelaksanaan Magang .....	132



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Persetujuan Pelaksanaan Kegiatan Magang .....	149
Lampiran 2. Laporan daftar hadir dan kegiatan logbook bulan Oktober 2023 ..	150
Lampiran 3. Laporan daftar hadir dan kegiatan logbook bulan November 2023 .....	151
Lampiran 4. Laporan daftar hadir dan kegiatan logbook bulan Desember 2023 .....	152
Lampiran 5. Laporan daftar hadir dan kegiatan logbook bulan Januari 2024 ...	153
Lampiran 6. Laporan daftar hadir dan kegiatan logbook bulan Februari 2024 .	154
Lampiran 7. Kartu Konsultasi .....	155

