

Pemanfaatan Media Digital Untuk Mempromosikan Produk Dan Layanan Bank SulutGo

Utilization of Digital Media for Promotion SulutGo Bank Products and Services

Vito Ernesto Tameo¹, Alfiansyah Hasibuan²

^{1,2}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Manado

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received: Oct 9, 2023 Revised: Nov 10, 2023 Accepted: Nov 28, 2023	Artikel ini membahas tentang strategi untuk melakukan promosi suatu produk dan layanan dari bank sulutgo, sebuah lembaga keuangan yang beroperasi di wilayah sulawesi utara. Fokus utama promosi dilakukan melalui media digital dan juga brosur. Dengan kebijakan inovatif dan komitmen terhadap pelayanan pelanggan, memanfaatkan media digital seperti sosial media, bersama dengan distribusi brosur fisik, untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas. Artikel ini memberikan wawasan strategi efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan dari bank sulutgo. Dan juga agar dapat mengetahui sejauh mana pemanfaatan media digital dan brosur dapat menarik minat dan perhatian masyarakat. Proyek ini juga melibatkan metode kualitatif yang merupakan metode yang fokus pada pengamatan mendalam. Langkah – Langkah yang digunakan ada yaitu search, analisis, pembuatan, peluncuran. Oleh karena itu, pengguna metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif.
Kata kunci Promosi, Produk Dan Layanan, Media Digital, Platform, Brosur	
Keywords Promotion, Product And Services, Digital Media, Platforms, Brochure	ABSTRACT <i>This article discusses strategies for promoting products and services from Bank Sulutgo, a financial institution operating in the North Sulawesi region. The main focus of promotion is through digital media and brochures. With innovative policies and a commitment to customer service, it utilizes digital media such as social media, along with physical brochure distribution, to increase visibility and reach a wider audience. This article provides insight into effective strategies for increasing public awareness of Bank Sulutgo's products and services. And also to find out to what extent the use of digital media and brochures can attract public interest and attention. This project also involves qualitative methods which are methods that focus on in-depth observation. The steps used are search, analysis, creation, launch. Therefore, using qualitative methods in research can produce a more comprehensive study of a phenomenon.</i>

Corresponding Author:

Alfiansyah Hasibuan,
Prodi Teknik Informatika,
Universitas Negeri Manado,
Jl. Kampus Unima, Tonsaru, Kec.Tondano Selatan
Email: alfiansyahhasibuan@unima.ac.id

PENDAHULUAN

Program Merdeka Belajar Kampus adalah inisiatif dari Menteri Pendidikan dan kebudayaan yang bertujuan untuk memberikan mahasiswa pengetahuan dan pengalaman untuk mempersiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja di masa yang akan datang. Dalam kebijakan ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memilih mata kuliah di luar program studi di universitas yang sama, mengambil mata kuliah pada program studi yang sama di universitas yang berbeda, atau melakukan pembelajaran di luar lingkungan perguruan tinggi.

Program magang MBKM menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan nilai mahasiswa dengan memberikan pengalaman belajar di luar perguruan tinggi dan terlibat langsung dalam dunia usaha dan industri. Pengalaman langsung ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi mahasiswa secara keseluruhan, kesiapan kerja, dan bahkan menciptakan peluang pekerjaan baru. Mahasiswa juga diberi kebebasan untuk dapat memilih lokasi MBKM, dan penulis memilih Bank SulutGo (cabang tondano) sebagai lokasi magang MBKM.

BanksulutGo, sebagai lembaga keuangan yang berkomitmen pada inovasi dan pelayanan pelanggan, memahami pentingnya memanfaatkan media platform digital dan promosi tradisional untuk mencapai target audiens secara efektif. Dengan wilayah operasional di Sulawesi Utara, BanksulutGo bertujuan untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkannya.

Artikel ini akan membahas secara mendalam tentang bagaimana penulis merancang dan melaksanakan strategi promosinya melalui media platform digital dan brosur fisik. Dengan memahami keunggulan masing – masing, Banksulutgo berhasil menciptakan pendekatan holistik yang efektif dalam meningkatkan visibilitasnya di pasar layanan keuangan Sulawesi Utara.

Dalam proses pembuatan proyek yang melibatkan penulis dan berbagai pihak terutama kepada pegawai yang selalu membantu dan memberi saran kepada penulis sehingga dapat selesai dengan baik.

Tujuan dibuatnya proyek ini yaitu diharapkan dapat berdampak positif bagi bank sulutgo dan menarik lebih banyak minat dari nasabah – nasabah baru dan juga memberi motivasi kepada nasabah lama dengan layanan dan produk baru.

METODE PENELITIAN

Dalam merancang brosur produk dan layanan ini penulis akan memilih langkah awal untuk memilih metode yang akan digunakannya. Metode setiap desainer akan berbeda – beda sesuai kebutuhannya. Metodologi yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kualitatif yang merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam.

Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Penelitian kualitatif yang memperhatikan humanisme atau individu manusia dan perilaku manusia merupakan jawaban atas kesadaran bahwa semua akibat dari perbuatan manusia terpengaruh pada aspek-aspek internal individu. Aspek internal tersebut seperti kepercayaan, pandangan politik, dan latar belakang sosial dari individu yang bersangkutan.



gambar 1. Metode Kualitatif

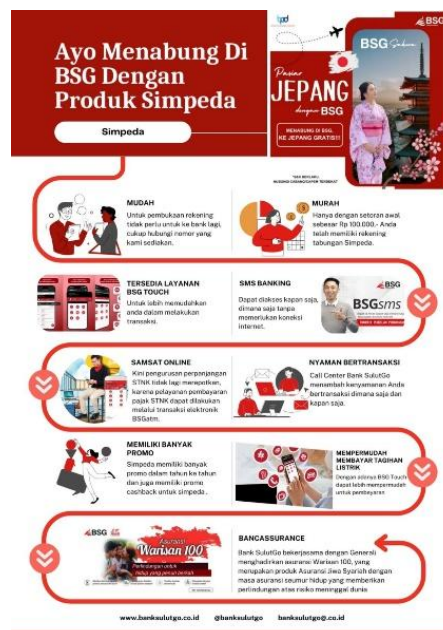
Langkah – Langkah yang digunakan penulis untuk menggunakan metode kualitatif ada 4 :

1. Search : Gunakan strategi pencarian yang fleksibel dan terbuka. Metode kualitatif seringkali melibatkan pendekatan eksploratif, sehingga penulis perlu menyelidiki berbagai sumber dan merinci konsep atau tema yang akan dibuat dalam proyek.
2. Analisis : Analisis pemasaran dan strategi penjualan dengan merencanakan strategi pemasaran, termasuk segmentasi pasar, posisi merek, dan strategi untuk menjalankan proyek kedepannya.
3. Pembuatan : Membuat contoh – contoh proyek sebelum disetujui oleh pihak kantor. Dan pertimbangkan langkah – langkah pengembangan produk dan layanan ke depan.
4. Peluncuran : Melakukan peluncuran resmi ke media – media platform dan juga melakukan pengujian di lapangan untuk menarik minat dari nasabah baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan memanfaatkan media platfrom dan brosur fisik, penulis dapat menarik minat nasabah baru. Hal ini dapat meningkatkan layanan produk, seperti kredit, tabungan, investasi, atau asuransi.

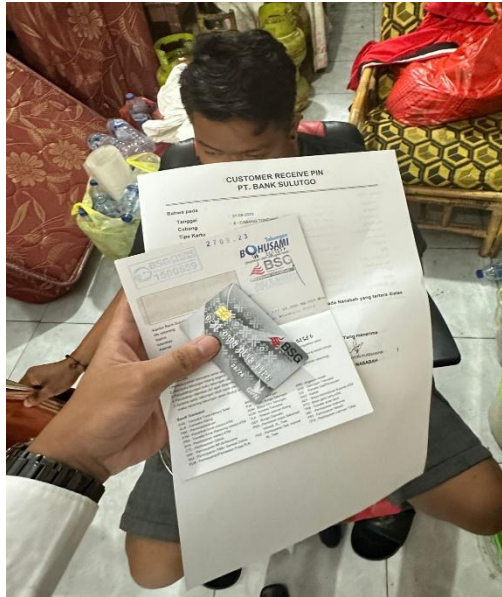
Promosi produk bank ini dapat membantu bank dalam mencari nasabah – nasabah baru dan juga dengan banyaknya promo – promo yang ada dapat meningkatkan minat nasabah lama untuk terus menggunakan produk dari bank tersebut.



Gambar 2. Hasil Proyek

Gambar diatas merupakan brosur yang akan digunakan untuk membantu mempromosikan produk dan layanan yang ada di bank sulutgo. Dengan adanya brosur ini nasabah dapat mempermudah untuk mengenal apa saja layanan – layanan yang ada di bank tersebut.

Dengan melakukan pengujian di lapangan penulis dapat menarik minat nasabah baru untuk menabung di bank tersebut :



gambar 3. Dokumentasi Nasabah Baru

Gambar diatas merupakan gambar yang diambil disaat mengunjungi nasabah baru yang ingin membuka rekening di bank tersebut.



gambar 4. Dokumentasi Nasabah

Menjelaskan kepada nasabah apa saja yang diperlukan untuk membuka rekening di bank tersebut dan apa saja layanan dan produk yang sedang berjalan di bank.

KESIMPULAN

Projek pemanfaatan media digital untuk mempromosikan produk dan layanan bank sulutgo membawa sejumlah manfaat dengan menarik minat dari masyarakat yang belum menggunakan bank tersebut dan juga mengenalkan produk – produk dan layanan yang ada di bank sulutgo.

Dengan adanya projek ini penulis mendapatkan pengalaman untuk berinteraksi dengan masyarakat dengan turun lapangan.

Berdasarkan pengalaman dan berdasarkan hasil dari magang di Bank SulutGo Tondano, penulis mendapatkan banyak pengalaman baru seperti membuat projek ini dan juga mendapatkan pengalaman di lapangan kerja.

Maka penulis dapat mengambil kesimpulan dan saran yang mungkin juga berguna untuk kedepannya dalam menghadapi suatu permasalahan.

1. Selama magang, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengembangkan berbagai keterampilan, baik keterampilan teknis maupun keterampilan interpersonal, keterampilan komunikasi, manajemen waktu dan banyak lagi.
2. Dapat mengetahui cara kerja sama antar divisi – divisi , pembagian tugas, cara komunikasi dan kekeluargaan yang tercipta selama magang di bank sulutgo.
3. Mahasiswa lebih banyak belajar dan lebih dapat memahami dengan cepat ketika terjun langsung ke dunia kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tidak lupa juga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah ikut terlibat atau membantu dalam proses menyelesaikan laporan ini, terutama dosen pembimbing lapangan yang selalu membantu dalam penulisan laporan dan juga kepada seluruh tim akl yang telah menerima dan memberi tempat untuk penulis sehingga dapat memberikan pengalaman dan ilmu yang merupakan hal – hal yang baru bagi penulis. Semoga ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi mahasiswa

DAFTAR PUSTAKA

- Bandara, Nishantha, and H. M. N. Dilum Bandara. 2017. "Critical Factors for Market Sales Promotion on Social Media in Banking Sector." Pp. 491–96 in *2017 Moratuwa Engineering Research Conference (MERCon)*. IEEE.
- Daud, Ibrahim, Dewi Nurjannahe, Achmad Mohyi, Titiek Ambarwati, Yoyok Cahyono, Andrean Eko Haryoko, Agus Leo Handoko, Riyan Sisiawan Putra, Hadion Wijoyo, and Aris Ariyanto. 2022. "The Effect of Digital Marketing, Digital Finance and Digital Payment on Finance Performance of Indonesian Smes." *International Journal of Data and Network Science* 6:37–44.
- Domazet, Ivana S., and Sladjana Neogradi. 2019. "Digital Marketing and Service Industry: Digital Marketing in the Banking Industry." Pp. 20–40 in *Managing Diversity, Innovation, and Infrastructure in Digital Business*. IGI Global.
- Firmansyah, Muhammad, and Masrun Masrun. 2021. "Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif." *Elastisitas-Jurnal Ekonomi Pembangunan* 3(2):156–59.
- Manoj, P. K. 2016. "Bank Marketing in India in the Current ICT Era: Strategies for Effective Promotion of Bank Products." *International Journal* 4(3):103–13.
- Mogaji, Emmanuel, Taiwo O. Soetan, and Tai Anh Kieu. 2020. "The Implications of Artificial Intelligence on the Digital Marketing of Financial Services to Vulnerable Customers." *Australasian Marketing Journal* j-ausmj.
- Nurbakti, Rezky, Lydia Gustina Putri, David Rindu Kurniawan, Loso Judijanto, and Moh Samsul Arifin. 2023. "Analysis of The Influence of Digital Promotions, Perception of Ease, Transparency and Service Features Toward Public Intention to Use Digital Bank in Money Saving." *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi* 79–84.
- Patton, Michael Quinn. 2009. "Metode Evaluasi Kualitatif."