Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Bank Central Asia adalah menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan penting sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. Misi dari Bank Central Asia adalah membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan, memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dan meningkatkan nilai francais dan nilai *stakeholder* BCA.

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 1955, NV Perseroan Dagang Dan Industrie Semarang Knitting Factory berdiri sebagai cikal bakal Bank Central Asia (BCA). Pada tahun 1957, tepatnya pada tanggal 21 Februari, BCA mulai beroperasi dan berkantor pusat di Jakarta. Pada tanggal 18 maret 1960 dikukuhkan menjadi PT. Bank Central Asia, dimana berbentuk perseroan terbatas dengan modal awal sebesar Rp 600.000,- dan bertujuan untuk melayani kebutuhan pendanaan bagi masyarakat pedagang kecil yang saat itu sedang tumbuh di Jakarta.

Pada periode tahun 1970an, BCA terus memperkuat jaringan layanan cabang. Dapat dibilang, pada periode inilah BCA mulai bertumbuh pesat. Pada tahun 1977, BCA berkembang menjadi Bank Devisa. Sejak saat itu, BCA masuk ke dalam salah satu bank swasta papan atas.

Pada periode tahun 1980an, sejalan dengan deregulasi sektor perbankan di Indonesia, BCA mengembangkan jaringan kantor cabang secara luas. BCA mengembangkan berbagai jenis produk dan layanan maupun penerapan

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

teknologi informasi, seperti menerapkan online system untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan produk andalannya, yaitu Tabungan Hari Depan (Tahapan) BCA.

Tahun 1997 hingga 1998, dimana Indonesia mengalami guncangan ekonomi dan politik, BCA juga terkena dampak dari krisis moneter tersebut, dimana nasabah *rush* untuk mengambil dana mereka di BCA. Pada tahun 1998, BCA menjadi BTO, yaitu *Bank Taken Over* dan disertakan dalam program rekapitalisasi dan restrukturisasi yang dilaksanakan oleh Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN).

Pada tahun 1999, proses rekapitalisasi BCA telah selesai dan sebagian besar kredit yang diaslurkan BCA dipertukarkan dengan obligasi pemerintah. Pemerintah Republik Indonesia melalui BPPN, menguasai 92,8% saham BCA

Pada tahun 2000, BPPN melakukan divestasi 22,5% dari seluruh saham BCA melalu Penawaran Saham Publik atau *Initial Public Offering* (IPO), sehingga kepemilikan BPPN berkurang menjadi 70,3%

Pada tahun 2001, Penawaran Publik Kedua (*Secondary Public Offering)* dilakukan dengan jumlah 10% dari total saham BCA. Kepemilikan BPPN berkurang menjadi 60,3%

Pada tahun 2002, sebuah perusahaan investasi, yaitu Farindo Investment (Mauritius) Limited mengambil alih 51% total saham BCA melalui proses tender *strategic private placement*.

Pada tahun 2004, BPPN kembali melakukan divestasi atas 1,4% saham BCA kepada investor domestik melalui penawaran terbatas.

Pada tahun 2005, Pemerintah Republik Indonesia melalui PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) melakukan divestasi seluruh sisa 5,02% saham BCA.

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

BCA memperkuat dan mengembangkan produk dan layanan, terutama perbankan elektronik dengan memperkenalkan Debit BCA, Tunai BCA, Internet Banking KlikBCA, Mobile Banking, m-BCA, EDCBIZZ, dan lain-lain. BCA juga mengembangkan beberapa layanan khusus, seperti: BCA Prioritas dan BCABiz. BCA mendirikan fasilitas *Disaster Recovery Center* (DRC) di Singapura. BCA meningkatkan kompetensi di bidang penyaluran kredit, termasuk melalui ekspansi ke bidang pembiayaan mobil melalui anak perusahaannya, BCA Finance.

Pada tahun 2007, BCA menjadi pelopor dalam menawarkan produk kredit kepemilikan rumah dengan suku bunga tetap, yang berhasil meraih respons positif dari pasar. BCA meluncurkan kartu prabayar Flazz Card serta mulai menawarkan layanan Weekend Banking untuk terus membangun keunggulan di bidang perbankan transaksi

Pada tahun 2008 hingga tahun 2009, BCA secara proaktif mengelola penyaluran kredit dan posisi likuiditas di tengah gejolak krisis global, sekaligus tetap memperkuat kompetensi utama sebagai bank transaksi. BCA kemudian telah menyelesaikan pembangunan mirroring IT system guna memperkuat kelangsungan usaha dan meminimalisasi risiko operasional. BCA juga membuka layanan Solitaire bagi nasabah *high net-worth individual*.

BCA mulai memasuki lini bisnis baru yaitu perbankan Syariah, pembiayaan sepeda motor, asuransi dan sekuritas. BCA juga memperkuat bisnis perbankan transaksi melalui pengembangan layanan baru melalui *Smartphone* dan layanan *e-Commerce*.

Kartu kredit BCA merupakan produk dari unit bisnis kartu kredit. Unit Bisnis Kartu Kredit(UBK) bertanggung jawab kepada Direktur yang membidangi *Strategic Business Unit* (SBU) perbankan individual. Kartu kredit BCA merupakan salah satu penerbit atau *issuer* dan juga *acquirng* terbesar di Indonesia. BCA memiliki keuntungan yaitu selain sebagai *issuer*

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

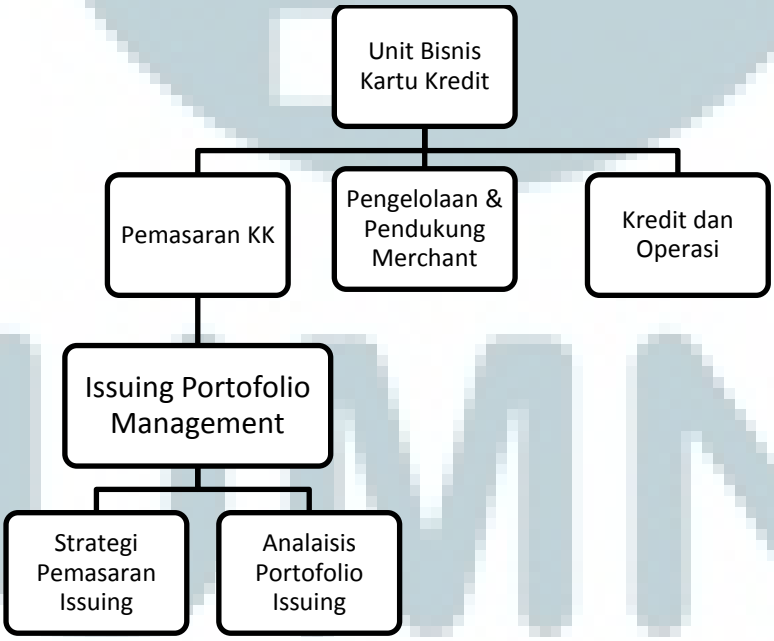
dan *acquiring*, mereka juga menjadi prinsipal seperti Visa dan MasterCard yaitu BCA Card.

Menurut infobanknews.com, jumlah kartu kredit yang diterbitkan oleh BCA mencapai 2,2 juta kartu. Sebelumnya, BCA mengalami penurunan dalam kartu kredit yang diterbitkan karena penjualan kartu kredit carrefour ke Bank Mega. BCA mengeluarkan kartu Everyday card untuk kembali menambah jumlah kartu yang diterbitkan dengan target pasar untuk orang yang suka berbelanja.

Misi dari Unit Bisnis Kartu Kredit (UBK) yaitu membangun institusi kartu kredit yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi bisnis dan individu

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan 2.1. Struktur Organisasi Unit Bisnis Kartu Kredit Bank Central Asia



Sumber : Unit Bisnis Kartu Kredit PT Bank Central Asia Tbk.

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Pemasaran

Menurut Kotler (2008 : 5), pemasaran adalah proses yang dibuat oleh perusahaan untuk menambah nilai untuk konsumen dan membangun hubungan yang kuat untuk mengambul nilai dari konsumen sebagai pengembalian.

Menurut David Kurtz (2008 : 5), pemasaran adalah pemasaran adalah fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk membuat, mengomunikasikan, dan mengirimkan nilai kepada konsumen dan untuk mengelola hubungan dengan konsumen yang bertujuan memberikan keuntungan kepada konsumen dan para pemangku kepentingan.

2.4.2 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler(2008 : 48), bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan-produk, harga, tempat, promosi- yang disatukan oleh perusahaan untuk menghsilkan tanggapan yang diinginkan dari target pasar.

A. Produk (*product*) adalah kombinasi dari barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada target market
B. Harga (*price*) sejumlah uang yang harus konsumen bayar untuk mendapatkan sebuah produk
C. Tempat (*place*) adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan agar produk tersedia di target pasar.
D. Promosi (*promotions*) adalah aktivitas yang mengomunikasikan keunggulan dari produk dan memengaruhi target konsumen untuk membelinya.

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

Menurut Kurtz (2008 :45), bauran pemasaran adalah penggabungan dari empat elemen strategi-produk, distribusi, promosi dan harga-untuk menyesuaikan kebutuhan dan keinginan dari target pasar.

A. Produk *(Product*) adalah konsep yang luas yang juga mencakup kepuasan dari semua keinginan konsumen dalam hubungannya dengan barang, jasa, dan ide.
B. Distribusi (*Distribution*) adalah konsep yang dikembangkan pemasar untuk memastikan bahwa konsumen menemukan produk mereka dengan kuantitas yang sesuai pada waktu dan tempat yang tepat.
C. Promosi (*Promotion*) adalah komunikasi antara pembeli dan penjual
D. Harga (*Pricing*) adakah kesepakatan dengan metode untuk menentukan harga yang menguntungkan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam hal ini, bauran pemasaran yang dimiliki oleh Kartu Kredit BCA adalah:

1. Kartu kredit BCA memiliki produk yang beragam untuk setiap segmen pasar. Mulai dari kartu *Lifestyle* untuk anak muda, *Everyday Card* untuk digunakan sehari-hari, Platinum untuk kelas atas, *smartcash* untuk para pengusaha, hingga *corporate card* untuk nasabah korporasi
2. Kartu kredit BCA didstribusikan ke berbagai daerah di Indonesia dan didukung oleh Kantor Fungsional Kartu Kredit (KFKK).
3. Promosi yang dilakukan melalui *sales promotion, direct sales, advertising, direct marketing,* dan *public relation.*
    a. *Direct selling* yang dilakukan adalah menggunakan tenaga penjual dan menggunakan *female presenter*
    b. *Sales promotion* yang dilakukan adalah memberikan program promo seperti beli 1 dapat 2, diskon, *cashback*, dan lainnya yang bertujuan agar banyak orang tertarik menggunakan kartu kredit BCA.

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

c. *Advertising* yang dilakukan berupa menggunakan media *above the line¸ below the line, out of home billboard,* iklan di koran, *print ad,* edukasi, desain kartu, dan menggunakan jejaring sosial.

d. *Direct marketing* dilakukan kepada nasabah BCA yang belum memiliki kartu kredit, salah satunya melalui *telemarketing*.

e. *Public relation* salah satunya dilakukan dengan cara mengundang media ke *event* yang diselenggarakan BCA.

4. Harga yang diterapkan disini adalah biaya tahunan atau *annual fee* yang dikenakan kepada pemegang kartu dan bunga yang dikenakan kepada pemegang kartu yang menggunakan fasilitas cicilan.

2.4.3 Proses Bisnis

Menurut Rummler dan Brache seperti dikutip di www.omg.org, proses bisnis adalah serangkaian langkah yang dilakukan untuk menghasilkan produk atau jasa

2.4.4 Portofolio bisnis

Menurut Kotler (2008 : 37), portofolio bisnis adalah koleksi dari bisnis dan produk yang menyusun perusahaan

2.4.5 Analisa Portofolio

Menurut Kotler (2008 : 37), analisa portofolio adalah proses yang dilakukan manajemen untuk mengevaluasi produk dan bisnis yang menyusun perusahaan

2.4.6 Riset pasar

Menurut Malhotra (2010 : 39), riset pasar adalah identifitikasi, mengkoleksi, analisa, secara sistematis dan objektif.

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

2.4.7 *Focus Group*

Menurut Malhotra (2010 : 172), *focus group* adalah wawancara yang diadakan oleh moderator terlatih dalam sebuah grup kecil yang berisi responden dalam tindakan yang tidak terstruktur dan alami.

2.4.8 Bank Umum

Menurut Dahlan (2005 : 48), bank umum adalah bank yang dapat menjalankan usahanya sebagai bank konvensional atau bank berdasarkan prinsip syariah, atau memilih salah satu kegiatan tersebut. Usaha bank umum, seperti dikutip oleh Dahlan (2010 : 52), yang diatur dalam UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU Np. 7 Tahun 1992 tentang perbankan dapat dikelompokkan ke dalam tiga jenis kegiatan yaitu penghimpunan dana, penyaluran atau penggunaan dana, dan pemberian jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2.4.9 Bank Sentral

Bank Sentral berdasarkan Penjelasan Undang-Undang No. 23 Tahun 1999, seperti yang dikutip oleh Dahlan (2010 : 149) adalah lembaga negara yang mempunyai wewenang untuk mengeluarkan alat pembayaran yang sah dari suatu negara, merumuskan, dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, mengatur dan mengawasi perbankan, serta menjalankan fungsi sebagai *leader of the last resort*. Bank Indonesia sebagai bank sentral memiliki tujuan mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah, dan tidak melakukan fungsi dan/atau kegiiatan intermediasi sebagaimana halnya dilakukan oleh bank pada umumnya

2.4.10 Kartu Plastik

Menurut Dahlan (2010 : 633), kartu plastik adalah kartu yang diterbitkan oleh bank atau perusahaan tertentu yang dapat digunakan

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

sebagai alat pembayaran atas transaksi barang atau jasa, menjamin keabsahan cek yang dikeluarkan, dan untuk melakukan penarikan yang tunai.

2.4.11 Kartu Kredit

Kartu kredit menurut Dahlan (2010 : 635) adalah jenis kartu yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran transaksi jual beli barang atau jasa di mana pelunasan atau pembayarannya kembali dapat dilakukan sekaligus atau dengan cara mencicil sejumlah minimum tertentu.

2.4.12 Penerbit (*issuer*)

Penerbit atau *issuer* menurut Dahlan (2010 : 644) adalah pihak atau lembaga yang mengeluarkan dan mengelola suatu kartu. Penerbit dapat berupa bank, lembaga keuangan lain, dan perusahaan non-lembaga keuangan

2.4.13 *Acquirer*

Menurut Dahlan (2010 : 644), *acquirer* adalah lembaga yang mengelola pengunaan kartu plastik terutama dalam hal penagihan dan pembayaran antara pihak *issuer* dengan pihak *merchant*.

2.4.14 Prinsipal

Menurut Bank Indonesia, prinsipal adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit dan/atau *acquirer*, dalam transaksi Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis. Contoh principal kartu kredit yang biasa digunakan di Indonesia adalah Visa, MasterCard, dan BCA Card. Perbedaan dari MasterCard dan Visa adalah MasterCard memiliki kantor pusat di New York, Amerika

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013

Serikat dan lebih banyak digunakan di Eropa dan Amerika, sementara Visa memiliki kantor di California, Ameika Serikat dan lebih banyak digunakan di Asia. Tidak ada perbedaan secara signfikan dari segi layanan kedua principal ini karena mayoritas *electronic data capture* (EDC) yang ada di *merchant* dapat menerima kartu dari kedua prisisipal ini. Mengenai limit kartu dan bunga, hal tersebut bergantung kepada kebijakan dari *issuer* kartu kredit.

2.4.15 Pemegang Kartu

Pemegang kartu atau *cardholder* menurut Dahlan (2010 : 644) terdiri atas perseorangan yang telah memenuhi prosedur atau persyaratan yang ditetapkan oleh penerbit untuk diterima sebagai anggota dan berhak menggunakan kartu sesuai dengan kegunaannya. Pemegang kartu dapay dobedakan menjadi pemegang kartu utama dan kartu suplemen atau tambahan. Pemegang kartu harus mengikuti perjanjian *cardholder* dengan *issuer* dalam melakukan transaksi dengan menggunakan kartu dan bertanggung jawab atas risiko-risiko atau kewajiban yang ditimbulkannya.

2.4.16 *Merchant*

Merchant menurut Dahlan (2010 : 645) adalah pihak yang menerima pembayaran dengan kartu atas transaksi jual beli barang atau jasa. *Merchant* dapat berupa pedagang, toko-toko, hotel, restoran, travel biro, dan sebagainya. Amtara *merchant* dengan *issuer/acquirer* terlebih dahulu melakukan perjanjian kerjasama untuk dapat ditunjuk sebagai *merchant* kartu plastik.

Proses penyusunan..., Joshua putra, FB UMN, 2013