



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM BANK VICTORIA**

#### **2.1 Profil Bank Victoria**

**Gambar 2.1**  
**Logo Bank Victoria**



Sumber: Dokumen Bank Victoria

PT Bank Victoria International Tbk yang selanjutnya disebut sebagai Bank Victoria memiliki 78 jaringan kantor per Oktober 2019 dan 1.044 karyawan per Juli 2019. Didirikan pertama kali dengan nama PT Bank Victoria berdasarkan Akta Perseroan Terbatas nomor 71, tertanggal 28 Oktober 1992 yang dibuat oleh notaris Amrul Partomuan Pohan, S.H., LL.M.

Nama tersebut kemudian berubah menjadi PT Bank Victoria International berdasarkan Akta Pembetulan no. 30 tertanggal 8 Juni 1993. Akta perubahan nama tersebut telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia berdasarkan Surat Keputusan C2-4903. HT.01.01.Th.93 tertanggal 19 Juni 1993 dan telah didaftarkan pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Utara di bawah No. 342/Leg/1993 pada 29 Juni 1993, serta telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 39 tanggal 15 Mei 1998 dan Tambahan No. 2602.

Bank Victoria memulai kegiatan operasional secara komersial pada 5 Oktober 1994 setelah memperoleh izin usaha sebagai bank umum pada 10 Agustus 1994. Pada 1997, Bank Victoria memperluas portofolio layanan dengan memperdagangkan valuta asing setelah memperoleh izin dari Bank Indonesia berdasarkan Surat Izin No. 029/126/UOPM pada 25 Maret 1997 yang telah diperpanjang melalui Surat No. 5/6/KEP.DIR.PIP/2003 pada 24 Desember 2003, serta telah memperoleh pernyataan pencatatan pendaftaran ulang dari Bank Indonesia berdasarkan Surat No. 10/365/DPIP/Prz tanggal 8 April 2008.

Pada 1999, Bank Victoria melakukan *initial public offering* dan mulai menjual saham perdana di Bursa Efek Jakarta. Sejak saat itu, Bank Victoria aktif melaksanakan berbagai aksi korporasi seperti penawaran umum terbatas dan penerbitan obligasi. Pada perdagangan di lantai bursa, emiten Bank Victoria memiliki kode saham bernama 'BVIC'.

Pada tahun 2007, Bank Victoria mengakuisisi saham Bank Swaguna. Bank Swaguna kemudian berubah nama menjadi Bank Victoria Syariah pada 6 Agustus 2009 dan mulai beroperasi pada 1 April 2010 dengan prinsip syariah. Bank Victoria senantiasa berupaya untuk memperbaiki pengelolaan risiko dan keuangan, mengembangkan sumber daya manusia yang profesional, membangun loyalitas *stakeholders*, mengembangkan teknologi informasi, dan memastikan penerapan prinsip *good corporate governance* (GCG).

### **2.1.1 Filosofi Nama Bank Victoria**

Nama 'Victoria' memiliki makna kejayaan. Penggunaan nama tersebut didasarkan atas harapan bahwa Bank Victoria dapat meraih kejayaan sebagai salah satu bank swasta yang berfokus pada bidang investasi. Selain itu, nama 'Victoria' merupakan nama dari Ratu Inggris yang mampu menumbuhkan kejayaan pada masa pemerintahannya. Simbol kejayaan itu digunakan karena salah satu pemilik Bank Victoria juga merupakan seorang perempuan yaitu Suzanna Tanojo.

### **2.1.2 Visi & Misi Bank Victoria**

Visi Bank Victoria adalah menjadi bank pilihan nasabah yang dapat dipercaya oleh para nasabah, karyawan, pihak regulator, kalangan perbankan baik nasional maupun internasional, mitra bisnis, dan *stakeholders* lainnya serta memiliki struktur modal yang kuat, kondisi keuangan yang sehat dan didukung oleh operasional perbankan yang efisien.

Misi Bank Victoria adalah menggunakan pendekatan pada empat kelompok yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan aktivitas operasionalnya, yaitu:

1. *Customers*

Senantiasa berupaya memenuhi kebutuhan nasabah, membina hubungan yang baik dengan nasabah serta memberi layanan yang terbaik kepada para nasabah.

2. *People*

Mengembangkan sumber daya manusia yang profesional, berprinsip dan berdedikasi untuk memberikan layanan serta memenuhi kebutuhan nasabah.

3. *Operations*

Menjalankan operasional perbankan dengan menerapkan prinsip kehati-hatian secara efisien dan berkesinambungan.

4. *Risk Management*

Mengimplementasikan proses manajemen risiko secara *prudent* dan konsisten tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian, tata kelola bank, dan keuangan berkelanjutan.

### **2.1.3 Budaya Perusahaan Bank Victoria**

Bank Victoria memiliki landasan nilai yang disingkat 'DAHSYAT' sebagai dasar budaya perusahaan untuk mendukung pencapaian visi & misi perusahaan dan menjadi pedoman utama bagi seluruh karyawan. Penjabaran dari tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Discipline*

Seluruh karyawan bank harus memiliki sikap disiplin yang tinggi terhadap waktu, target kerja, pengendalian biaya, dan lain-lain.

2. *Accountable*

Dalam rangka penerapan GCG yang berkesinambungan, seluruh karyawan memiliki tugas dan tanggung jawab yang spesifik terhadap bidang tugasnya masing-masing. Tanggung jawab ini tidak hanya sebatas kepada atasan dari karyawan terkait. Namun, juga kepada seluruh *stakeholders* dari Bank Victoria.

3. *Honest*

Kejujuran menjadi landasan budaya kerja yang sangat penting bagi setiap perusahaan, terlebih perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan.

4. *Solid & Sustain*

Kekompakkan dalam arti positif antardivisi menjadi syarat mutlak dalam menjaga pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

5. *Youthful Spirit*

Seiring dengan dinamika globalisasi dan perkembangan ilmu dan teknologi, semangat dan jiwa muda harus tercermin dalam setiap kepribadian karyawan Bank Victoria.

6. *Accurate*

Sebagai lembaga keuangan dan juga perusahaan terbuka, keakurasian data dalam penyebaran informasi yang bersifat formal dan informal merupakan kewajiban yang harus dipenuhi.

7. *Trust*

Bank merupakan lembaga kepercayaan bagi para nasabah untuk menyimpan dana, untuk itu unsur kepercayaan wajib melekat pada seluruh karyawan Bank Victoria.

#### **2.1.4 Target Pasar Bank Victoria**

Bank Victoria berada dalam segmen BUKU 2 sehingga membidik target konsumen sebagai berikut:

Gender : Pria & Wanita

Usia : 23 – 49 tahun

SES : B

Geografis : Jabotabek, Bandung, Semarang, Solo, Bali, Surabaya, Manado, Makassar, dan Medan.

Psikografis : Pekerja pemula, eksekutif muda, pengusaha, wiraswasta, pebisnis, dan keluarga muda.

### 2.1.5 Produk & Layanan Bank Victoria

Produk dan layanan Bank Victoria dikategorikan menjadi dua yaitu simpanan dan pinjaman. Dalam kategori simpanan terdapat tiga layanan berupa:

1. Tabungan Reguler & Berjangka  
TabunganKu, Tabungan Victoria, Victoria Junior, V-88, VIP Safe, dan VIP Plan.
2. Deposito  
Deposito Valas, Deposito V-88, dan Deposito Rupiah.
3. Giro & Rekening Koran

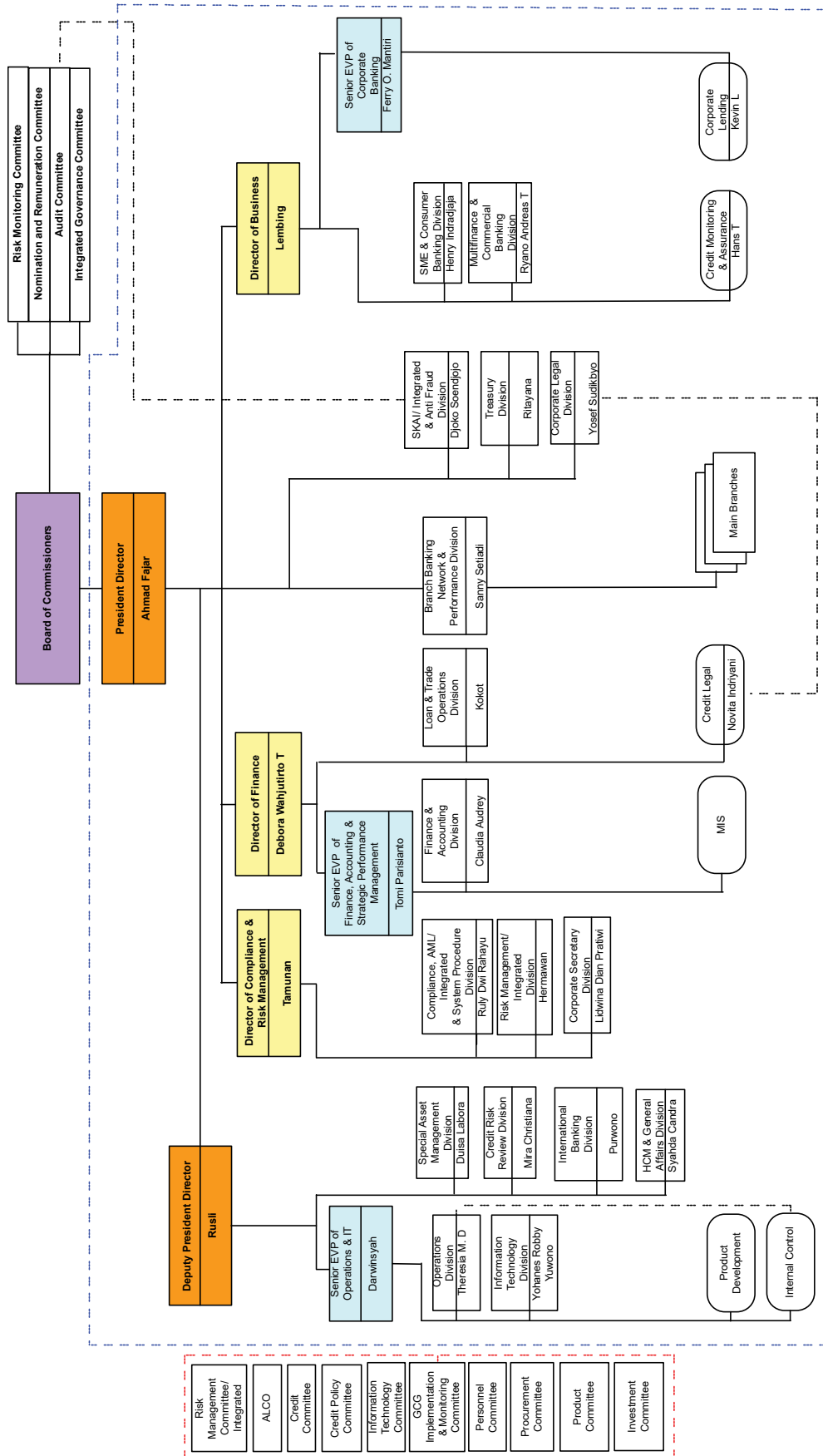
Dalam melayani pinjaman, Bank Victoria menyediakan dua layanan kredit berupa:

1. Kredit Produktif  
Solusi pinjaman untuk meningkatkan dan mengembangkan kepentingan usaha. Terdiri dari Kredit Modal Kerja, Investasi, Bank Garasi, dan SKBDN.
2. Kredit Konsumtif  
Solusi pinjaman untuk memenuhi kepentingan konsumsi individu. Terdiri dari Kredit Pemilikan Rumah, Mobil, dan Multi Guna.

Bank Victoria memfasilitasi layanan bebas biaya saat melakukan transaksi dengan kartu debit Victoria di seluruh *merchant* perbankan yang tergabung dalam jaringan PRIMA karena tidak memiliki *merchant* independen sebagaimana batasan hak dan kewajiban bank BUKU 2. Selain itu, terdapat layanan Internet Banking Mobile Banking (IBMB) untuk memudahkan keperluan sehari-hari.

## 2.2 Struktur Organisasi Bank Victoria

Gambar 2.2  
Struktur Organisasi Bank Victoria Periode November 2019



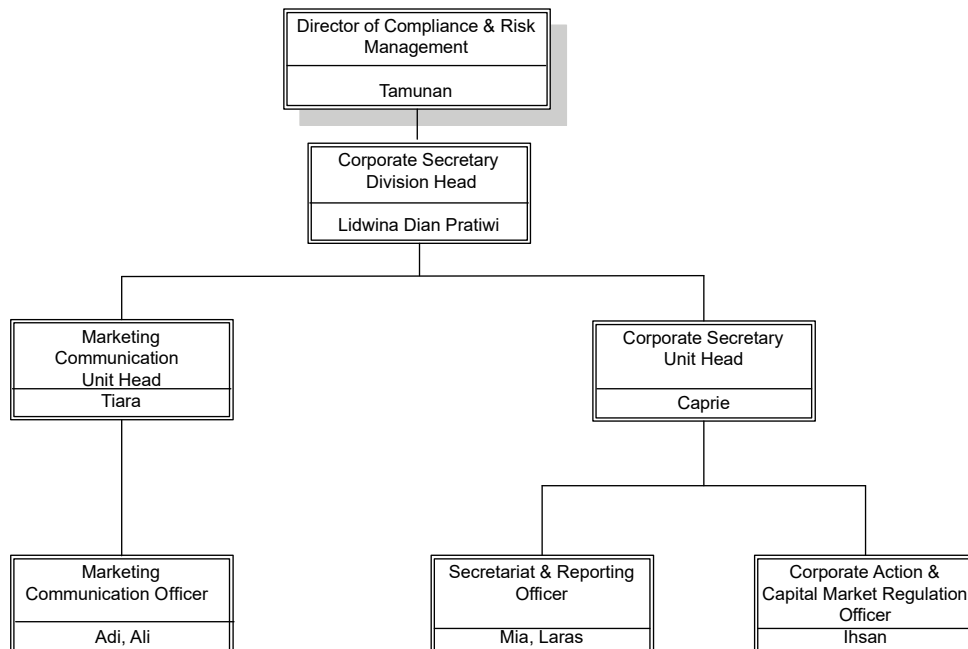
Sumber: Dokumen Bank Victoria

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, Bank Victoria memiliki direktur utama yaitu Ahmad Fajar, tugasnya adalah memimpin *Board of Directors* (BOD). Fungsi BOD adalah memimpin dan mengawasi divisi-divisi di bawahnya. Terdapat empat direktur dalam BOD yaitu Wakil Direktur yang bertanggung jawab atas proses operasional dan teknologi informasi; Direktur Keuangan yang bertanggung jawab atas manajemen keuangan dan akuntansi; Direkur Bisnis yang bertanggung jawab atas proses bisnis perbankan; dan Direktur Kepatuhan & Manajemen Risiko yang bertanggung jawab atas manajemen risiko, kepatuhan regulasi, dan hubungan dengan *stakeholders*.

### 2.3 Ruang Lingkup Kerja Marketing Communication

Posisi unit *Marketing Communication* dalam struktur organisasi Bank Victoria berada di dalam divisi *Corporate Secretary* dan berada dalam pengawasan Direktur Kepatuhan & Manajemen Risiko.

**Gambar 2.3**  
**Struktur Lingkup *Corporate Secretary***



Sumber: Dokumen Bank Victoria



Secara umum, unit *Corporate Secretary* memiliki tanggung jawab untuk memeriksa regulasi pasar modal, menerbitkan laporan keuangan triwulan, menyusun laporan tahunan, menjaga hubungan dengan investor, membuat perencanaan aksi korporasi, menjalankan CSR dan melakukan pelaporan rutin kepada Otoritas Jasa Keuangan & Bank Indonesia.

Sementara itu, unit *Marketing Communication* memiliki tanggung jawab dalam menjalankan fungsi komunikasi pemasaran dan sesekali merangkap fungsi komunikasi korporat. Berikut adalah penjabaran peran dan tanggung jawab unit *Marketing Communication* Bank Victoria secara lebih spesifik:

1. Mengelola informasi pada *website* dan seluruh kanal media sosial.
2. Mengatur aspek *branding* dan *marketing collateral* pada kantor pusat dan seluruh jaringan kantor cabang.
3. Menulis dan mempublikasikan berita korporasi dan *press release*.
4. Menjalin hubungan media.
5. Merencanakan dan menyelenggarakan *event*.
6. Mendukung kegiatan divisi *Branch Banking Network*.
7. Mengatur *merchandising*.
8. Menjalin dan mengelola hubungan *sponsorship*.
9. Mengelola komunikasi internal perusahaan.
10. Memanajemen isu yang menerpa perusahaan.