



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 PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Bank BRI

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank milik negara terbesar di Indonesia. BRI hadir memberikan layanan perbankan bagi masyarakat sejak tahun 1895. Dilansir pada *annual report* BRI pada halaman situs *website* Bank BRI (2020), berikut adalah perjalanan BRI selama genap 126 tahun hingga kini :

- Berdiri di Purwokerto, Jawa Tengah pada 16 Desember 1895 oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama “*De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden*” yang berarti Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto dan saat itu hanya melayani kaum-kaum pribumi untuk melakukan pinjaman.



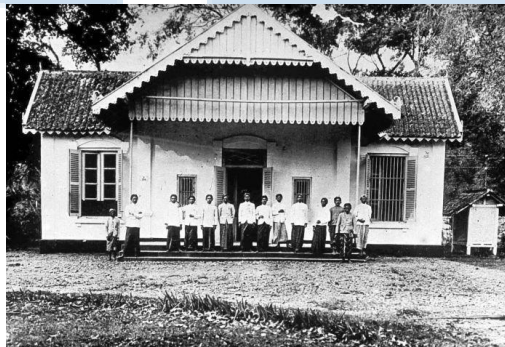
(Sumber Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 2. 1 Raden Bei Aria Wirjaatmadja

- Setelah kemerdekaan, Bank BRI diakui sebagai bank pemerintah berdasarkan Peraturan Pemerintah No.1 Tahun 1946.
- Pada periode tahun 1960-an, berdasarkan PERPU No. 41 Tahun 1960, dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari Bank BRI dan *Nederlandsche Handel-Maatschappij* (NHM) pada tahun 1960 yang merupakan perusahaan dagang Belanda yang semula berfungsi untuk mempromosikan dan mengembangkan perdagangan,

pengiriman dan pertanian.

- Lima tahun kemudian, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan melalui Penetapan Presiden No. 9 Tahun 1965.
- Sebulan setelahnya, diputuskan pembentukan bank tunggal bernama Bank Negara Indonesia.
- Status BRI berubah menjadi perseroan terbatas setelah terbit Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 Tahun 1992. Awalnya kepemilikan BRI masih 100% di tangan pemerintah RI, sampai akhirnya pemerintah memutuskan untuk menjual 30% saham bank.
- Resmi menjadi perusahaan publik dengan nama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. sampai dengan saat ini.



(Sumber Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 2. 2 Gedung BRI Dulu yang Merupakan Kas Masjid



(Sumber Data Bank BRI, 2021)

Gambar 2. 3 Gedung Kantor Pusat BRI Kini

Tidak hanya itu, Bank BRI juga terus berkembang melebarkan sayap untuk membantu perekonomian negara dengan membuka cabang hingga pelosok pedalaman bahkan mancanegara. Bank BRI memiliki jaringan yang luas dengan lebih dari 10.000 unit kerja. Tidak hanya itu, memberikan layanan yang terbaik dan kepuasan nasabah adalah prioritas BRI dengan tenaga kerja yang profesional, ramah, serta keberagaman produk yang ditawarkan. Selain unit kerja yang tersebar luas, BRI juga menyediakan 16.880 mesin ATM, 5.809 mesin CRM, hingga 504.233 Agen BRILink yang tersebar di seluruh Indonesia untuk memudahkan transaksi nasabah.

Berani berbeda dari bank BUMN lainnya, BRI terus bertahan dengan komitmen mereka dalam memberikan pelayanan unggul kepada seluruh masyarakat di Indonesia hingga ke pelosok Indonesia dan membantu mendukung perekonomian UMKM melalui layanan perbankan terbaru yang mudah dan praktis. Seperti yang dilansir pada antaranews.com (Wiguna, 2020), BRI akan tetap fokus mendorong UMKM agar terus bangkit yang nantinya juga berpengaruh pada peningkatan kinerja BRI dan tentunya membantu memulihkan perekonomian nasional. Hal ini tampak dari keberagaman program dan layanan BRI bagi masyarakat di pelosok yang ingin membuka usaha terutama kelas mikro dan ultra mikro melalui kehadiran Agen BRILink dan Teras BRI. Juga dilansir pada kompas.com (Bank BRI, 2021), melalui peran Agen BRILink inilah ekosistem ultra mikro dapat berkembang serta meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di masyarakat. Hal tersebut tentunya juga membantu menggerakkan ekonomi terutama di tingkat bawah sebagaimana komitmen BRI membantu pemerintah. Konsistensi BRI inilah yang membawa BRI terus bertahan hingga sekarang dikarenakan mampu menjangkau pengelolaan keuangan nasabahnya hingga ke pelosok.

Tidak hanya itu saja, BRI sendiri juga mencatat banyak penghargaan selama masa baktinya sebagai BUMN di Indonesia. Beberapa prestasi tersebut diantaranya tata kelola perusahaan terbaik, transformasi bisnis dan organisasi terbaik, *Indonesia's Best Bank for SME AND CSR* dan dilansir pada suara.com (Gunadha, 2020), BRI sendiri dinilai sebagai bank tertua di Indonesia yang telah menunjukkan peran di garis depan mendukung pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi virus corona Covid-19 oleh *Asiamoney Best Bank Award 2020*.

2.1.1 Visi dan Misi Bank BRI

Dalam menjalankan tugasnya dan berkontribusi untuk memajukan perekonomian negara, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi

Become The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia & Champion of Financial Inclusion

Misi

1. Memberikan Yang Terbaik

Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat

2. Menyediakan Pelayanan Yang Prima

Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*

3. Bekerja dengan Optimal dan Baik

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik

2.1.2 Logo Bank BRI

Pada tahun 2020, BRI melakukan pembaharuan logo perseroan. Semula, logo BRI mencantumkan nama “Bank BRI” pada logo, namun kini berganti hanya “BRI”. Hal ini dilakukan sebagai *statement* bahwa BRI sebagai induk perusahaan tidak hanya memiliki anak perusahaan yang bergerak dalam perbankan saja, melainkan juga bidang lainnya yang lebih luas. Logo BRI sendiri memiliki makna “*The Leader of Change*”.



(Sumber Data Bank BRI, 2021)

Gambar 2. 4 Logo Bank BRI

Berikut adalah penjelasan mengenai logo BRI :

- 1) Segi empat sama sisi yang melambangkan keseimbangan. Dengan garis sudut lengkung menggambarkan sifat dinamis BRI dalam menyikapi perkembangan zaman.
- 2) Garis dan bentuk yang menyerupai “BRI” terbentuk atas garis lurus yang menggambarkan ketegasan untuk selalu hadir melayani masyarakat Indonesia & garis lengkung yang mencerminkan fleksibilitas dalam mengedepankan keamanan & kenyamanan nasabah.
- 3) Garis dan pewarnaan *bold* yang tegas dan sederhana melambangkan sistem manajemen yang baik, mudah dan aman serta bentuk misi BRI untuk mengembangkan kebijaksanaan pemerintah dalam memenuhi pelayanan perbankan bagi seluruh lapisan masyarakat.
- 4) Warna yang tegas dan teratur menampilkan kesan lembaga yang modern dan profesional sehingga mencerminkan perbankan yang mementingkan ketelitian dan ketepatan.

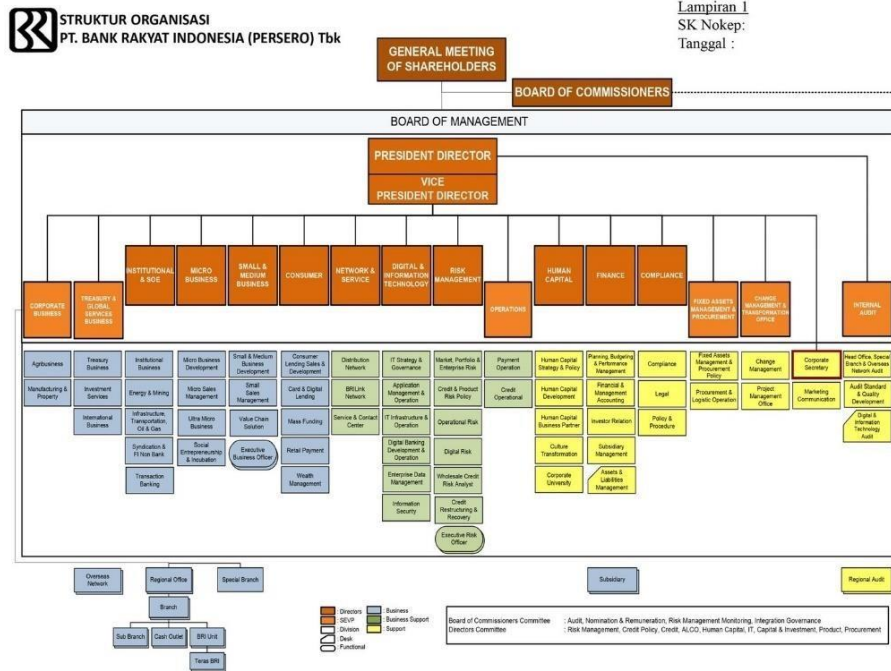
2.2 Struktur Organisasi Bank BRI

Sebagai perusahaan perbankan yang cukup memegang kendali terhadap perekonomian di Indonesia, Bank BRI berupaya memberikan layanan dan kinerja yang baik. BRI tidak hanya berdiri sebagai sebuah entitas perbankan yang melayani kegiatan perbankan saja, melainkan BRI juga memberikan layanan lainnya melalui perusahaan anak yang dikelola BRI. Bank BRI merupakan induk atas beberapa anak perusahaannya. Dibawah naungan BRI, terdapat perusahaan anak sebagai berikut untuk menunjang kinerja BRI dalam memaksimalkan pelayanan bagi nasabah dan perkembangan perekonomian negara. Tujuh perusahaan anak yang

menjadi bagian dari BRI adalah :

- BRI Agro, layanan dalam perkembangan sektor agribisnis Indonesia.
- BRI Remittance, layanan pengiriman mata uang asing dalam dan luar negeri.
- BRI Life, memberikan produk asuransi jiwa nasional.
- BRI Finance, layanan fasilitas sewa guna usaha (*leasing*) untuk biaya barang modal dalam berbagai industri.
- BRI Danareksa Sekuritas, berperan sebagai jasa penasehat keuangan, penjamin emisi dan perantara perdagangan saham dan obligasi, serta agen penjual reksadana.
- BRI Ventures, berperan mengakselerasi inovasi melalui kegiatan investasi di perusahaan inovatif.
- BRI Insurance, sebagai perusahaan asuransi konvensional maupun syariah.

Penulis sendiri melakukan kerja magang pada perusahaan induk BRI yang berfokus pada dunia perbankan. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



(Sumber Data Bank BRI, 2021)

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Bank BRI

Apabila dilihat pada gambar 2.3 di atas, menurut bagan tersebut peneliti berada pada divisi Sekretariat Perusahaan (*Corporate Secretary Division*) yang menempati kedudukan langsung dibawah Direktur Utama dan Wakil Direktur Utama BRI. Walaupun memegang kedudukan langsung dibawah Direktur dan Wakil Direktur, *Corporate Secretary Division* juga berkoordinasi dengan direktorat lain di bawah kepemimpinan Direktur Bidang (kotak berwarna oranye) untuk membantu mengimplementasikan program, kegiatan, dan komunikasi maupun publikasi direktorat lain.

2.3 Struktur Divisi Corporate Secretary

Peran *Corporate Secretary Division* pada BRI adalah bertanggung jawab atas kelancaran komunikasi antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan serta menjamin tersedianya informasi terkait perusahaan kepada mereka. Tidak hanya itu saja peran *Corporate Secretary Division* juga turut menjaga citra dan reputasi perusahaan.

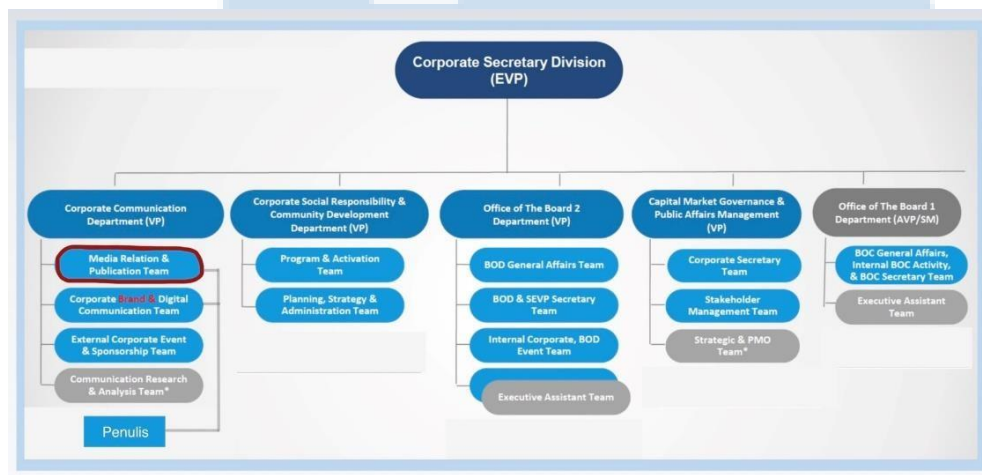
Dalam stuktur organisasi pada divisi *Corporate Secretary Division*, terdiri dari lima departemen yang bertanggung jawab di dalamnya dengan tugasnya masing - masing. Kelima departemen tersebut adalah :

1. ***Corporate Communication Department*** : Departemen ini bertanggung jawab pada pengelolaan komunikasi perusahaan terkait penyusunan, pengimplementasian, dan evaluasi terkait strategi komunikasi BRI sebagaimana gerbang keluar masuk informasi terkait perusahaan baik kepada internal maupun eksternal.
2. ***Corporate Social Responsibility & Community Development Department***: Departemen ini dikenal juga dengan CSR yang dimana memiliki tanggung jawab terkait kegiatan dan program CSR bagi komunitas dan masyarakat.
3. ***Office of The Board 1*** : Departemen ini bertanggung jawab terkait keberlangsungan kegiatan dan informasi terkait perusahaan kepada komisaris.
4. ***Office of The Board 2*** : Departemen ini bertanggung jawab terkait keberlangsungan kegiatan dan *branding* yang melibatkan direktur, wakil

direktur, direktur bidang dan SEVP.

5. **Capital Market Governance & Public Affairs Management** : Departemen ini bertanggung jawab atas komunikasi dan hubungan terkait pasar modal, BUMN, pemerintah, dan *stakeholder* lain terkait perusahaan (*investor & governance relations*).

Berikut adalah struktur organisasi pada divisi *Corporate Secretary Division* BRI tempat penulis melakukan kerja magang :



(Sumber Data Bank BRI, 2021)

Gambar 2. 6 Struktur Organisasi *Corporate Secretary Division*

Berdasarkan bagan pada gambar di atas, penulis menempati posisi sebagai pekerja magang di bawah naungan *Media Relations & Publication Team* dan *Corporate Brand & Digital Communication Team* pada departemen *Corporate Communication*. Secara garis besar, tugas dan wewenang *Corporate Communication Department* BRI adalah sebagai departemen yang mengelola pintu komunikasi terkait perusahaan mengenai informasi yang keluar dan masuk BRI. *Corporate Communication Department* BRI juga mengelola *News Room & Media Relations*, pengelolaan krisis komunikasi, membuat *Creative Communication Materials*, mengurus *Corporate Event* dan *Sponsorship*, pengelolaan media luar ruang, menyusun *Annual Report*, mengelola *website* dan media sosial BRI, pengelolaan museum BRI, mengurus publikasi buku mengenai korporasi, dan berbagai kegiatan terkait pengelolaan arus informasi perusahaan lainnya.

Apabila dilihat dari tugas dan tanggung jawab *Corporate Communication Department*, departemen ini memiliki peran sebagai *public relations* BRI di bawah divisi *Corporate Secretary* dikarenakan departemen *corcomm* BRI menjalankan

fungsi PR yang ideal, yakni pengelolaan fungsi komunikasi internal, eksternal dan hubungan dengan media. Dalam artian departemen ini menjalankan pentingnya peran PR dalam membantu *corporate secretary* sebagai *spokesperson*, khususnya yang berkaitan dengan informasi publik.

Namun dalam menjalankan tanggung jawab tersebut, departemen *Corporate Communication* terbagi menjadi 4 tim yang memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai tugas dan wewenang yang dilakukan oleh masing-masing tim dibawah departemen *Corporate Communication* :

1. ***Media Relations & Publication Team*** : Bertanggung jawab terkait pengelolaan informasi terkait pemberitaan kepada media, menjadi gerbang informasi terkait perusahaan melalui rilis dan pemberitaan pada media massa serta menjalin hubungan dengan media.
2. ***Corporate Brand & Digital Communication Team*** : Bertanggung jawab atas produksi, pengelolaan hingga penyampaian informasi terkait BRI melalui *website* dan media sosial Bank BRI.
3. ***External Corporate Event & Sponsorship Team*** : Bertanggung jawab terkait kegiatan *sponsorship* dan kegiatan-kegiatan eksternal yang dilakukan oleh Bank BRI. Gambarannya, tim *event* ini berperan seperti *event organizer* yang menyusun baik *timeline*, *sponsorship*, maupun logistik sebuah acara.
4. ***Communication Research & Analysis Team*** : Bertanggung jawab melakukan analisis dan *monitoring* terhadap pengidentifikasian isu- isu negatif terkait BRI, pemberitaan negatif, hingga komentar negatif baik pada *platform* digital maupun media massa.

Media Relations & Publication Team dan *Corporate Brand & Digital Communication Team* sendiri menjalankan peran *public relations* yang dimana menjalankan pengelolaan komunikasi baik kepada internal dan eksternal yang melalui hubungan dengan media. Hal ini menjadikan kedua tim tersebut di bawah departemen *corcomm*, bertanggung jawab membangun *image* dan identitas perusahaan terutama dalam bidang komunikasi sebagaimana fungsi tim media dan tim digital ini sebagai komunikator aktif terhadap informasi dan isu terkait BRI.