

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo PT Bank Central Asia Tbk

PT Bank Central Asia Tbk merupakan bank swasta terbesar di Indonesia. Sejarah awal mula berdirinya Bank Central Asia (BCA) dimulai pada tahun 1955, yang dimana pada saat itu BCA merupakan NV Perseroan Dagang dan Industri Semarang Knitting Factory. Sebelum memasuki bisnis perbankan, BCA merupakan perusahaan tekstil di Semarang. Setelah itu, pada tanggal 21 Februari 1957, BCA mulai beroperasi dan memiliki kantor pusat di Jakarta. Selain kantor pusat, kantor cabang BCA pertama kali berdiri di daerah Asemka, Jakarta.

Pada tanggal 2 September 1975, nama dari bank resmi diubah menjadi PT Bank Central Asia dan berfokus untuk memperkuat jaringan layanan cabang. Setelah itu, pada tahun 1977 PT Bank Central Asia berkembang menjadi Bank Devisa. Pada tahun 1980-an, BCA semakin memperluas jaringan kantor cabang secara agresif sejalan dengan deregulasi sektor perbankan di Indonesia. Selain memperluas jaringan, BCA juga mulai mengembangkan berbagai produk dan layanan serta pengembangan teknologi informasi, dengan cara menerapkan *online system* untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan Tabungan Hari Depan (Tahapan) BCA. Di tahun 1990-an, BCA mengembangkan alternatif jaringan layanan melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri). BCA bekerja sama dengan institusi terkemuka seperti PT Telkom untuk transaksi pembayaran tagihan telepon

yang dapat dilakukan melalui ATM BCA. Selain PT Telkom, BCA juga bekerjasama dengan Citibank agar nasabah BCA yang merupakan pemegang kartu kredit Citibank dapat melakukan transaksi pembayaran tagihan melalui ATM BCA.

Pada tahun 1998, BCA mengalami *bank rush* atau penarikan uang tunai secara besar-besaran oleh nasabah yang disebabkan oleh krisis moneter yang terjadi di Indonesia. Dikarenakan hal tersebut, kemudian pemerintah memutuskan untuk mengambil alih pengendalian BCA sebagai *Bank Take Over (BTO)* di tanggal 28 Mei 1998. Setelah itu, BCA melakukan proses rekapitalisasi dan selesai di tahun 1999 yang dimana pemerintah Indonesia melalui BPPN menguasai 92,8% saham BCA sebagai hasil pertukaran dengan bantuan likuiditas Bank Indonesia. Pada periode tahun 2000-2005, BCA memperkuat dan mengembangkan lagi produk dan layanan terutama di bagian perbankan elektronik. BCA mulai memperkenalkan produk-produk mereka seperti Debit BCA, Tunai BCA, *internet banking* KlikBCA, *mobile banking* m-BCA, EDCBIZZ, dan banyak produk lainnya. Pada tahun 2007, BCA menjadi yang pertama dalam menawarkan produk kredit kepemilikan rumah dengan suku bunga tetap. Bca mengeluarkan kartu prabayar, Flazz Card, dan juga memulai untuk menawarkan layanan *weekend banking* untuk tetap terus membangun keunggulan di bidang transaksi perbankan. Di tahun 2008-2009, BCA menyelesaikan pembangunan *mirroring IT system* dengan tujuan untuk memperkuat kelangsungan usaha dan meminimalisir terjadinya risiko operasional. Lalu BCA membuka layanan Solitaire bagi nasabah *high net-worth individual*.

Di tahun 2010 sampai dengan tahun 2013, BCA mulai memasuki lini bisnis baru yaitu bisnis perbankan syariah, pembiayaan sepeda motor, asuransi umum, dan sekuritas. BCA mulai memperkuat bisnis perbankan transaksi melalui pengembangan produk dan layanan yang inovatif. Layanan yang ditawarkan oleh BCA diantaranya adalah aplikasi *mobile*

banking untuk *smartphone* terkini, layanan penyelesaian pembayaran melalui *e-commerce*, dan mengembangkan konsep baru *Electronic Banking Center* yang melengkapi ATM Center. Selain itu, BCA juga membangun Disaster Recovery Center (DRC) di Surabaya yang bermanfaat sebagai *disaster recovery backup data center* yang terintegrasi dengan dua *mirroring data center*. Pada tahun 2014 sampai 2016, BCA mengembangkan MyBCA yang merupakan suatu gerai layanan perbankan digital yang dapat digunakan secara mandiri dan juga meluncurkan produk Sakuku yang merupakan *e-wallet* berbasis aplikasi. Pada tanggal 23 Januari 2017, BCA Learning Institute dan Galeri BCA diresmikan dengan harapan agar BCA dapat menjadi fasilitator dan dapat menjadi yang terdepan dalam hal *research and development*. Selain itu, BCA berkolaborasi dengan perusahaan-perusahaan *fintech* melalui *Application Programming Interface (API)*. Pada tahun 2018, BCA meluncurkan fitur *peer-to-peer transfer* berbasis teknologi *QR Code* dan juga layanan OneKlik yaitu suatu fitur pembayaran pada *online merchant* yang mengutamakan kecepatan dan kenyamanan transaksi. Selain itu, dengan memanfaatkan teknologi *artificial intelligence*, BCA mengembangkan VIRA yang merupakan *virtual assistant* yang dapat membantu nasabah dalam mengetahui lebih lanjut produk dan layanan dari BCA. Pada tahun 2019, BCA meluncurkan beberapa produk dan layanan seperti BCA Keyboard, pembukaan rekening melalui BCA Mobile, dan WELMA yang merupakan *mobile apps* untuk layanan *wealth management*. Kedepannya BCA akan tetap mengembangkan produk-produk dan layanan mereka dengan tujuan untuk memperkuat *customer experience* dan dapat meningkatkan efisiensi operasional di kantor cabang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.1 Visi Misi

PT Bank Central Asia Tbk memiliki visi dan misi dalam meningkatkan kualitas perusahaan. Adapun visi dari PT Bank Central Asia Tbk adalah menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. Selain visi, PT Bank Central Asia Tbk memiliki misi dalam upaya mencapai keberhasilan perusahaan. Misi dari PT Bank Central Asia Tbk adalah sebagai berikut:

- a) Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.
- b) Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
- c) Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder* BCA.

Selain visi dan misi, PT Bank Central Asia Tbk juga memiliki beberapa tata nilai yang diterapkan karyawan perusahaan. Beberapa tata nilai yang dimiliki PT Bank Central Asia Tbk yaitu:

a) Fokus Pada Nasabah

Tata nilai ini bertujuan untuk memberikan perhatian/kepedulian yang diikuti dengan usaha memberikan layanan untuk memenuhi harapan dan/atau kebutuhan nasabah secara spesifik.

b) Integritas

Poin Integritas menunjukkan sikap yang teguh dalam menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan, yang diikuti dengan tindakan konsisten dan konsekuen pada peran/ tugas dalam berbagai situasi dan kondisi untuk membangun kepercayaan nasabah.

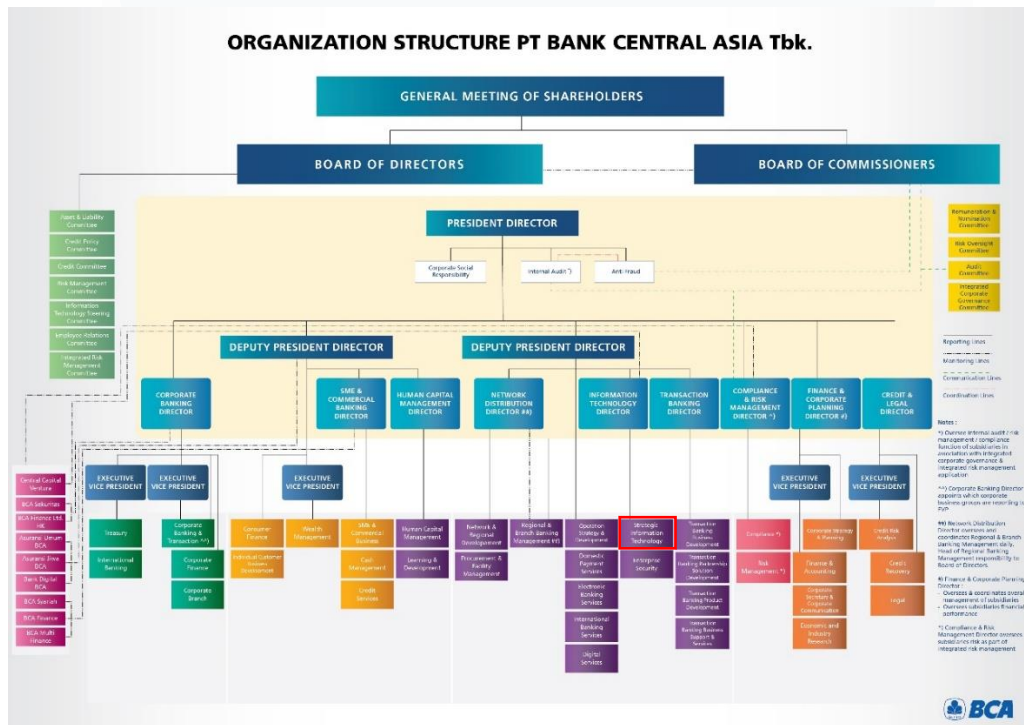
c) Kerjasama Tim

Tata nilai kerjasama tim merupakan interaksi dan sinergi yang didasari atas pemahaman diri sendiri dan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

d) Berusaha Mencapai yang Terbaik

Poin diatas mempunyai tujuan yaitu usaha berkelanjutan untuk mencapai yang terbaik guna memberikan nilai tambah bagi nasabah.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Bank Central Asia Tbk

Pelaksanaan magang pada PT Bank Central Asia Tbk ditempatkan kedalam divisi *Group Strategic Information Technolgy (GSIT)*. Divisi GSIT berperan penting dalam melayani proses miliaran transaksi perbankan. Dalam divisi GSIT, terbagi lagi menjadi beberapa grup untuk

menunjang dan memaksimalkan penggunaan teknologi pada perusahaan. Beberapa grup tersebut adalah *Application Management*, *IT Infrastructure & Operation*, *Data & IT Management Office*, *IT Architecture & Service quality*, dan *Digital Innovation Solution*. Kegiatan kerja magang dilakukan dibawah pengawasan grup *Digital Innovation Solution*. Grup ini bertugas untuk mengeksplorasi teknologi terbaru untuk membantu serta meningkatkan inovasi bisnis PT Bank Central Asia Tbk.

