

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk merupakan salah satu bank swasta terbesar dan terkemuka di Indonesia. BCA didirikan pada tanggal 21 Februari 1957 dan berpusat di Jakarta. BCA didukung dengan kekuatan jaringan antar cabang yang tersebar di seluruh Indonesia untuk melayani dan menawarkan solusi perbankan dari permasalahan yang dimiliki nasabah. Pada awalnya, PT Bank Central Asia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri tekstil di Semarang. Kemudian, perusahaan berubah menjadi sebuah perusahaan bank dan mulai beroperasi pada tanggal 21 Februari 1957. BCA mulai mengembangkan berbagai produk dan layanan untuk membantu masyarakat Indonesia serta memperkuat layanan dalam perbankan elektronik.



Gambar 2.1 Logo BCA

Sumber: Nama Belakang Penulis/Dokumentasi Perusahaan (Tahun)

PT Bank Central Asia memiliki visi untuk menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting. BCA juga memiliki misi untuk membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan. BCA juga memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi

tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah. Misi ketiga BCA yaitu untuk meningkatkan nilai finansial dan nilai stakeholder BCA.



Gambar 2.2 Employer Value Proposition BCA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2021)

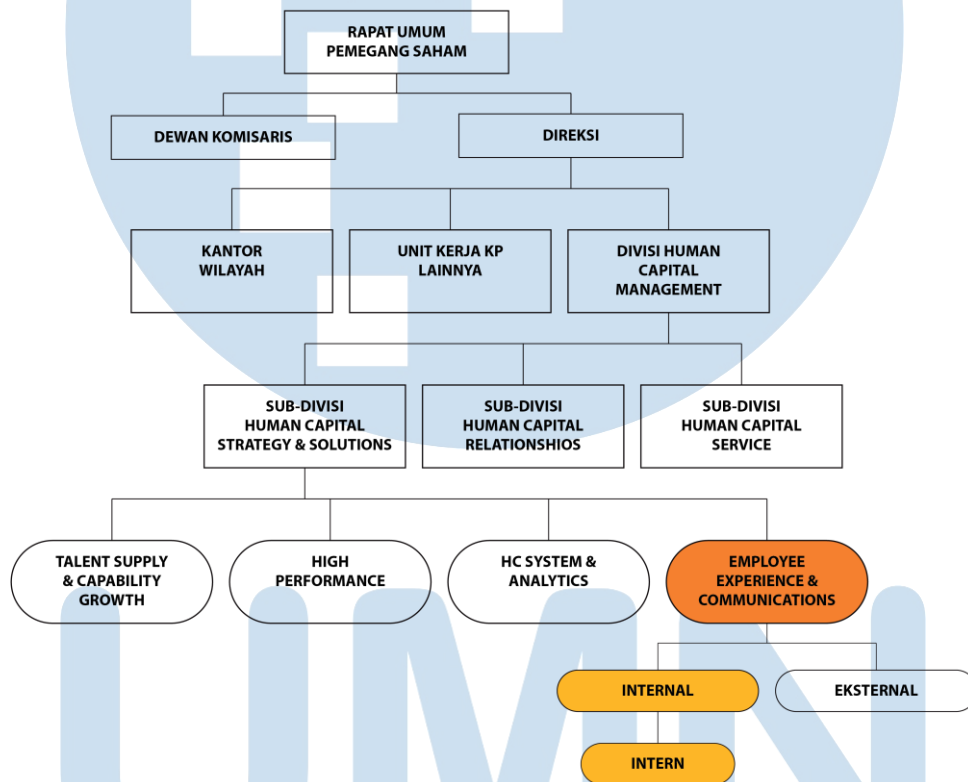
PT Bank Central Asia memiliki budaya lingkungan pekerjaan yang kuat dan terus menanamkan hal baik pada setiap pekerja sebagai dasar dalam bertindak. Hal ini dilandaskan pada 4 Tata Nilai BCA, yaitu *Customer Focus*, *Integrity*, *Teamwork*, dan *Continuous Pursuit of Excellence*. Dengan nilai ini, pekerja dapat mampu bekerja sesuai dengan tujuan yang dimiliki oleh perusahaan. Melalui Budaya *Team Engagement*, *One BCA*, *SENADA*, dan *Employer Value Proposition* (EVP), BCA juga membantu seluruh pekerja untuk memberikan kinerja yang maksimal dalam mengerjakan segala hal.

Bank Central Asia (BCA) memiliki logo dengan tulisan nama perusahaan yakni "BCA" dan terdapat gambar logo cengkeh beserta tulisan grup BCA. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari kunjungan ke museum galeri BCA, terdapat makna dari pohon cengkeh yang membutuhkan waktu 8 tahun untuk menghasilkan bunga cengkeh yang berkualitas tinggi sehingga dibutuhkan kesabaran, kerajinan, persiapan tanah, dan perawatan pohon. Pohon Cengkeh harus terus dirawat dengan rajin sehingga terawat dan tidak mati. Gambar cengkeh digunakan untuk menggambarkan meski melalui proses yang panjang, BCA berproses dengan perlahan namun pasti untuk menjadi lebih baik dan bermanfaat. Logo BCA berwarna biru yang melambangkan ketenangan,

kecerdasan, dan juga tanggung jawab. Blueliner pada logo BCA memberikan indikasi sebagai bentuk komunikasi yang solid dan korespondensi untuk menggambarkan semangat baru dari logo BCA. Hal ini merupakan salah satu upaya untuk mewujudkan visi dan misi yang dimiliki oleh BCA, dedikasi, dan kontribusi di dunia perbankan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan BCA:



Gambar 2.3 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2021)

Bank Central Asia (BCA) memiliki banyak divisi di berbagai bidang. Salah satunya yaitu divisi *Human Capital Management* (HCM) yang bertanggung jawab untuk membangun sumber daya manusia yang kompeten dan memiliki kinerja yang unggul dan sesuai dengan tata nilai perusahaan, menyiapkan infrastruktur sumber daya manusia yang adaptif, dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif untuk mencapai produktivitas dan kerja yang optimal.

Proses kegiatan bisnis dari Divisi *Human Capital Management* berkaitan dengan perumusan strategi dan kebijakan untuk menyediakan SDM yang berkualitas dan tenaga kerja yang tepat dengan kebutuhan organisasi memenuhi tujuan bisnis masing-masing unit.

Divisi *Human Capital Management* dibagi kembali menjadi 3 sub-divisi, yaitu Sub-Divisi *Human Capital Strategy & Solution*, Sub-Divisi *Human Capital Relationship*, dan Sub-Divisi *Human Capital Services*. Penulis ditempatkan pada Sub-Divisi *Human Capital Strategy & Solution, Employee Experience & Communications* (EEC). Penulis sebagai *graphic design intern* bertugas untuk membantu pembuatan desain keperluan di sub-divisi EEC.

Employee Experience & Communications (EEC) memiliki tugas untuk:

- Merumuskan dan menerapkan konsep dan strategi komunikasi/ edukasi/sosialisasi/promosi internal yang dibutuhkan untuk meningkatkan pemahaman budaya perusahaan bagi karyawan, meningkatkan hubungan *team*, membangun kesadaran dan pengalaman karyawan yang positif di perusahaan, serta program pendukung lainnya seperti kegiatan terkait dengan kesejahteraan pekerja, seperti keseimbangan kehidupan kerja, *day care*, dan sebagainya yang mendukung keterlibatan dan peningkatan produktivitas karyawan.
- Mengimplementasikan strategi komunikasi eksternal untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat untuk merekrut sumber daya manusia yang berkualitas dan meningkatkan hubungan dengan pihak eksternal.
- Membangun *employer branding* dan *employer value proposition* yang efektif sehingga perusahaan menjadi pilihan yang menarik untuk calon tenaga kerja yang memiliki potensi.

Dalam *Employee Experience & Communications* (EEC), terdapat 2 bagian yaitu:

1. Internal yang terdiri dari *employee internal communication* dan *corporate culture*

- *Internal information communication* yang bertugas untuk mengkomunikasikan informasi program dan kegiatan terkait dengan sumber daya manusia.
 - *Corporate culture* yang bertugas untuk merancang dan mengimplementasikan program terkait budaya perusahaan untuk meningkatkan *engagement* pekerja.
2. Eksternal yang terdiri dari *employer branding and sourcing*
- *Employer branding* bertugas untuk mengkomunikasikan perusahaan sebagai tempat bekerja dan berkarir sehingga menarik minat calon pelamar.
 - *Sourcing* bertugas untuk bekerja sama dengan universitas atau sumber kandidat potensial sebagai calon pekerja BCA.

2.3 Portfolio Perusahaan

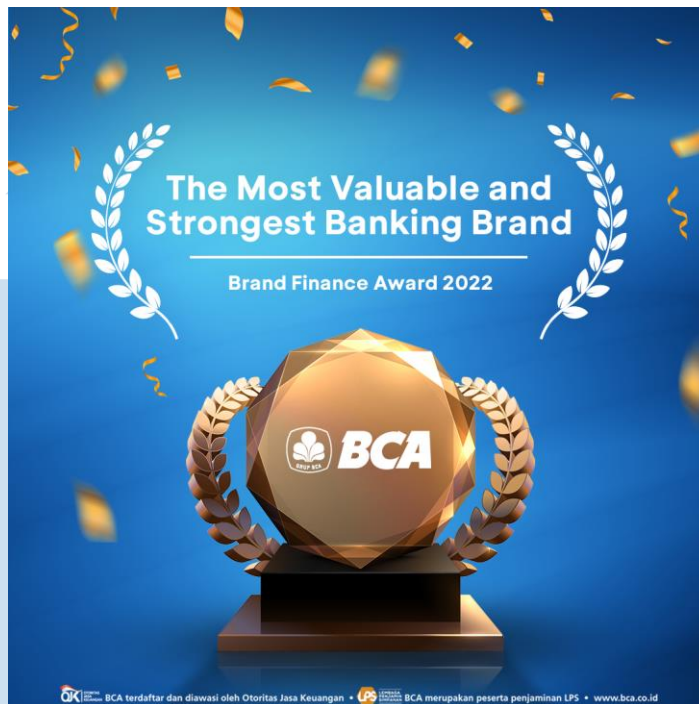
Berikut merupakan beberapa portfolio dari Bank Central Asia (BCA) dalam bentuk hasil produk, kerjasama, dan juga penghargaan.

1. Penghargaan

Bank Central Asia (BCA) mengalami banyak kemajuan dan mendapatkan berbagai penghargaan di tiap tahunnya sejak tahun 2013 – sekarang. BCA terus mendapatkan penghargaan dan pengakuan oleh publik baik di tingkat nasional maupun internasional. Berikut merupakan beberapa penghargaan yang diraih oleh BCA:

- Merek bank terkuat di Indonesia dari Brand Finance Award 2022.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.4 Brand Finance Award 2022
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

BCA di Indonesia merupakan bank terkuat dalam peringkat Brand Finance Banking 500 2022. Hal ini menyusul kenaikan +2,5 poin untuk mencapai skor Brand Strength Index (BSI) 94,0 dari 100 dan peringkat kekuatan merek AAA+ elit.

- Penghargaan di 22nd Infobank Awards 2017



Gambar 2.5 22nd Infobank Award 2017

Sumber: Ekbis (2022)

Bank Central Asia (BCA) berhasil mendapatkan Titanium Trophy karena penghargaan dalam 22nd Infobank Awards 2017. BCA dinilai memiliki kinerja yang “Sangat Bagus” selama lebih dari 15 tahun berturut-turut. Penghargaan diterima oleh Presiden Direktur BCA Jahja Setiaatmadja dan Kepala Kantor Wilayah IV BCA Frengky Chandra Kusuma.

- Penghargaan di 27th Infobank Awards 2022



Gambar 2.6 27th Infobank Award 2022
Sumber: Minangsatu (2022)

Bank Central Asia (BCA) berhasil mendapatkan 2 penghargaan dalam 27th Infobank Awards 2022. BCA dianugerahi predikat “sangat bagus” dalam Rating 107 Bank versi majalah Infobank 2022. Hal ini atas kinerja sepanjang tahun 2021, BCA juga berhak untuk mendapatkan *diamond trophy*. Penghargaan ini diberikan karena BCA berhasil meraih predikat “sangat bagus” selama 20 tahun secara beruntun.

- *Bank of the Year in Asia Pacific for 2023* dan *CEO of the Year in Asia Pacific for 2023*



Gambar 2.7 Asia Pasific for 2023
Sumber: CNBC (2023)

Bank Central Asia berhasil mendapatkan dua penghargaan dalam ajang *The Asian Banker Leadership Achievement Awards 2023* yang diselenggarakan oleh *The Asian Banker*. Kedua penghargaan itu yakni sebagai *Bank of the Year in Asia Pacific for 2023* dan *CEO of the Year in Asia Pacific for 2023* untuk Presiden Direktur BCA Jahja Setiaatmadja.

- HR Asia Award 2023



Gambar 2.8 HR Asia Award 2023
Sumber: Pilar (2023)

Bank Central Asia berhasil mendapatkan penghargaan dalam ajang *HR Asia Award 2023*. Selama lima tahun berturut-turut, BCA dinobatkan sebagai *The Best Companies to Work for in Asia* dan mendapatkan penghargaan *Digital Transformation Award 2023*. Penghargaan yang didapatkan menunjukkan komitmen perusahaan dalam penyediaan lingkungan kerja yang baik bagi seluruh karyawan dengan rasa kepedulian serta empati.

2. Kerjasama

Bank Central Asia (BCA) melakukan banyak kerja sama dengan pihak lain. Berikut merupakan beberapa kerjasama yang dilakukan oleh BCA:

- BCA dan AIA

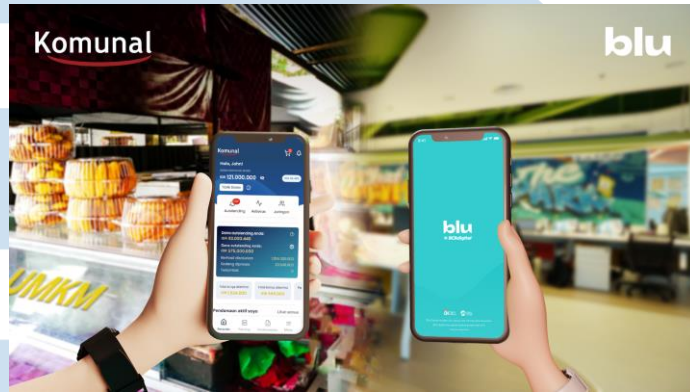


Gambar 2.9 BCA dan AIA
Sumber: AIA (2021)

Bank Central Asia (BCA) bekerja sama dengan PT AIA Financial (AIA). BCA bekerjasama dengan AIA untuk memperluas pasar asuransi di Indonesia. Salah satunya dengan meluncurkan produk perlindungan kesehatan dengan fasilitas kelas dunia Premier Medical Protection (Medic Pro). Medic Pro memenuhi kebutuhan perlindungan masyarakat yang menginginkan kenyamanan saat mengakses layanan

kesehatan di dalam dan luar negeri. BCA dan AIA juga banyak bekerja sama dalam produk lainnya.

- BCA dan PT. Komunal Finansial Indonesia (Komunal)



Gambar 2.10 BCA dan Komunal
Sumber: Dokumentasi perusahaan (2022)

BCA melakukan kerjasama dengan PT. Komunal Finansial Indonesia (Komunal) sebagai bentuk perluasan terhadap program dukungan perekonomian nasional. Komunal akan menjadi jembatan untuk BCA dengan UMKM yang membutuhkan permodalan dalam bisnis. Kerjasama yang terjalin ini akan membantu UMKM untuk mengembangkan bisnis dengan limit kolaborasi yang disepakati senilai Rp 15 milyar.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA