

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Berdasarkan *e-book* Laporan Tahunan BSI (2022), Bank Syariah Indonesia atau BSI adalah salah satu bank umum di Indonesia yang bergerak berdasarkan prinsip-prinsip Islam Syariah. BSI didirikan dari hasil *merger* tiga bank syariah BUMN yakni, BNI Syariah, BRI Syariah, dan juga Bank Mandiri Syariah. Proses *merger* ini dilakukan pada bulan Maret tahun 2020, dan kemudian baru disahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, beserta Presiden Republik Indonesia, Ir. Joko Widodo pada 1 Februari 2021. Menurut Widodo, dikutip oleh Ulya, & Movanita (2021), proses penggabungan bank ini penting untuk dilakukan karena Indonesia memiliki jumlah penduduk Islam terbanyak, sehingga Indonesia harus menjadi negara terdepan yang maju dalam penerapan ekonomi syariah.



Gambar 2.1 Identitas Visual BSI  
Sumber: Halaman Web BSI (2021)

BSI kini dipimpin oleh Direktur Utama Hery Gunardi, memimpin total 18,581 pegawai per 2022 (Laporan Tahunan BSI, 2022). Berkat hasil proses *merger*, pimpinan yang kuat, dan kinerja seluruh anggota BSI, Bank Syariah Indonesia berhasil memperoleh banyak prestasi. Menurut Amanda dan Risalah (2023) dari Website Republika, BSI berhasil meraup beberapa penghargaan baru seperti “The Best Financial Performance Bank in 2022 (KBMI 3) Asset > IDR 200 trillion” dan “Excellent Financial Performance Bank in 2022” dalam acara InfoBank Banking Appreciation 2023. Prestasi ini, didukung oleh riset yang

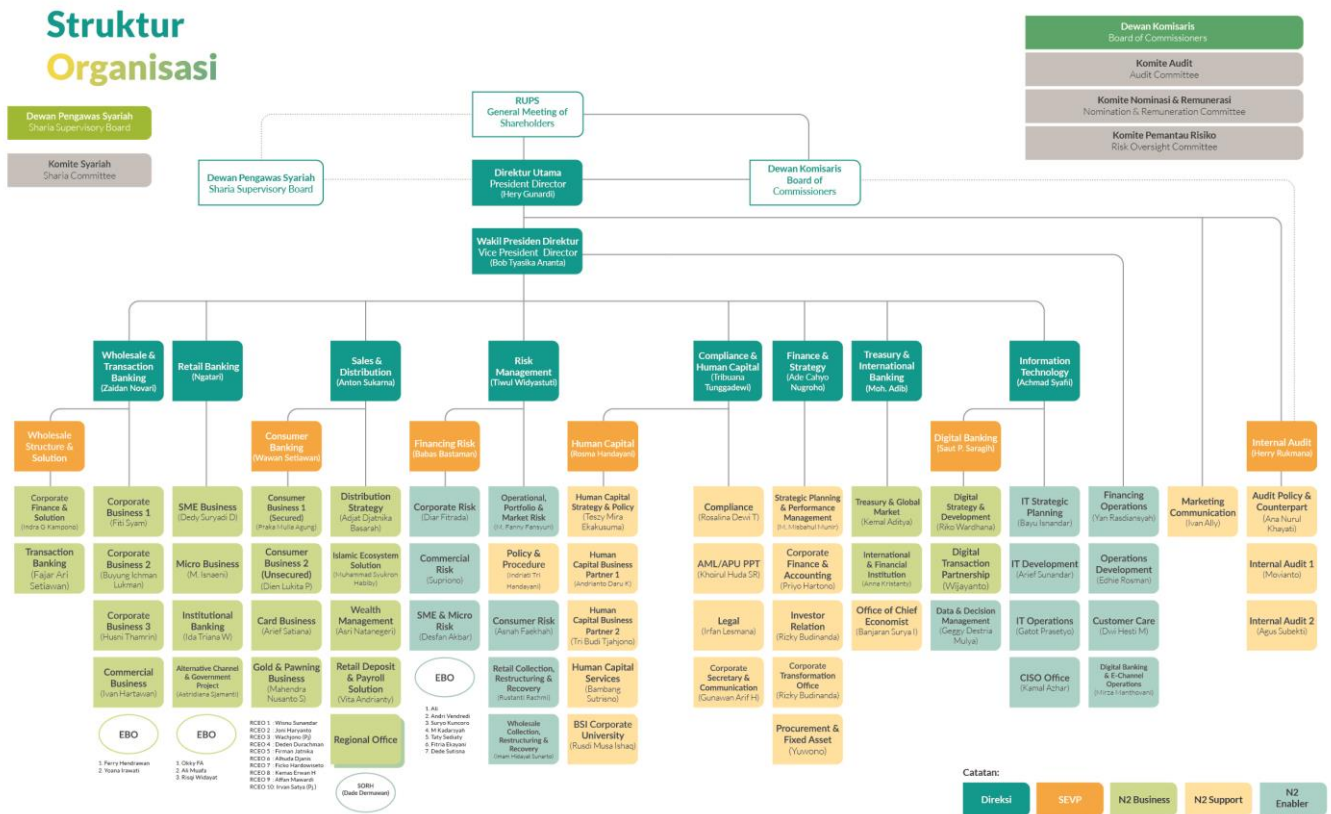
dilakukan oleh Forbes dan Statistita, dikutip oleh Rah (2022), yang menyatakan BSI berada di posisi ke lima dalam bank terbaik di seluruh Indonesia.

Dengan ambisi yang kuat, BSI berpegang teguh dengan visi besar mereka yakni menjadi “*Top Ten Global Islamic Bank*”. Untuk mencapai visi mereka, kegiatan usaha yang dilakukan BSI seperti, menghimpun dana dalam bentuk simpanan, dan investasi berdasarkan akad-akad syariah, melakukan pembiayaan bagi hasil sesuai akad *mudharabah*, dan akad *musyarakah*, dan kegiatan-kegiatan perbankan lainnya yang sesuai dengan akad perekonomian Syariah. Kegiatan-kegiatan usaha ini kemudian dikemas dengan produk dan layanan baik digital maupun fisik mereka, seperti BSI Giro Optima, BSI Digital Value Chain, BSI Cash Management System, BSI Mobile, dan produk atau layanan lainnya (Laporan Tahunan BSI, 2022).

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

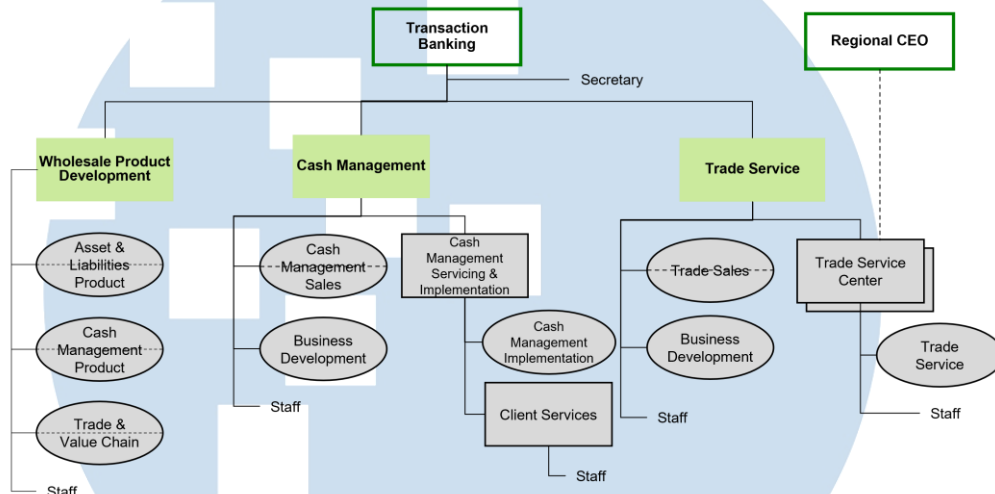
Bagan dibawah ini menjelaskan struktur organisasi di Bank Syariah Indonesia secara luas. Mulai dari Direktur Utama Hery Gunardi, Wakil Direktur Utama Bob Tyasika Ananta, Komisaris-komisaris, jajaran Direksi, hingga perwakilan-perwakilan Group Head.





Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi BSI  
 Sumber: Laporan Tahunan BSI (2022)

Posisi penulis dalam struktur organisasi BSI yang luas, berada pada grup *Transaction Banking*, yang dipimpin oleh *Group Head Fajar Ari Setiawan*. Dalam *Transaction Banking Group* kemudian dibagi kedalam beberapa *department*, dimana penulis ditempatkan pada *Department Wholesale Product Development*, yang dipimpin oleh *Department Head Siswanto Wirdhatomo*. *Department Wholesale Product Development* atau biasa disebut *Department Product*, mengerjakan beberapa proyek seperti *Asset and Liabilities Product*, *Cash Management Product*, dan terakhir jenis produk yang jadi fokus penulis, yakni *Trade and Value Chain*.



Gambar 2.3 Bagan Struktur *Transaction Banking Group* BSI  
Sumber: Data Pegawai BSI

### 2.3 Portfolio Perusahaan

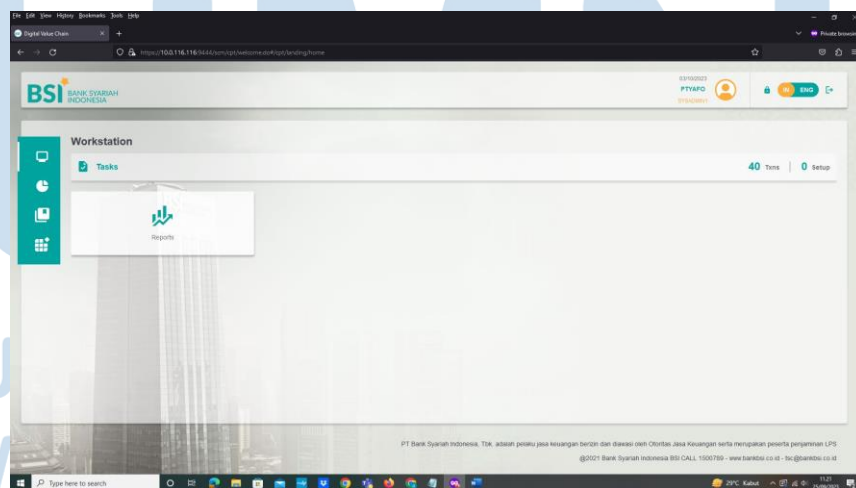
Walaupun Bank Syariah Indonesia bergerak dibidang perbankan, dan tidak secara langsung bergerak di sektor desain, namun BSI tetap mengkorporasikan keilmuan desain dalam tiap pelaksanaan bisnisnya. Salah satu keilmuan desain yang mereka gunakan adalah ilmu *Branding* yang mereka terapkan pada identitas visual Perusahaan, maupun identitas dari produk-produk mereka. Jika diperhatikan pada identitas visual mereka, menurut dokumen pribadi BSI, Mereka menggunakan empat kombinasi warna hijau, kuning, putih, dan abu-abu yang mencerinkan keyakinan, semangat, dan visi BSI untuk menjadi kebanggaan Masyarakat Indonesia, Bank yang melayani Masyarakat secara modern, terhormat, dan menguntungkan. Selain itu dapat terlihat mereka konsisten menggunakan *font* bernama “Lato”, karena sifatnya yang vertikal digabungkan dengan elemen bulatnya mengkomunikasikan keseimbangan tanggung jawab profesional BSI dengan optimisme kolektif.

## Branding Guideline



Gambar 2.4 *Brand Guideline* BSI  
Sumber: Data Pegawai BSI

*UI-UX design* pada tiap produk-produk perbankan syariah juga merupakan aspek desain yang penting untuk diperhatikan bagi mereka. Sebagai Bank yang terus berinovasi dengan teknologi, *UI-UX* tiap produk BSI di desain sesuai identitas visual mereka. Contohnya pada produk *Trade and Value Chain* BSI seperti BSI Digital Value Chain, yakni sebuah system untuk Nasabah (Seller dan Buyer), BSI mengatur transaksi *supply chain*. Dalam *UI* web sistemnya, mereka menggunakan, *company color, typography, dan aset-aset* desain lainnya, yang sesuai dengan identitas visual BSI, serta memikirkan alur mengakses tiap fiturnya agar memudahkan penggunaannya.



Gambar 2.5 *UI* BSI Mobile Banking

Selain UI-UX, mereka juga menggunakan keilmuan desain dalam media-media promosi yang mereka gunakan, baik secara media cetak maupun media digital. Dalam media-media promosi yang mereka sampaikan, mereka seringkali menggunakan teknik-teknik desain seperti *digital imaging*, *3D Modelling*, *vectoring*, dan teknik desain lainnya untuk kepentingan menyampaikan pesan secara visual. Bukan hanya itu, dalam perancangan media promosi mereka, BSI juga kerap menyesuaikan desain dalam media tersebut dengan *corporate identity*-nya.



Gambar 2.6 Media Promosi BSI  
Sumber: Halaman Web BSI (2022)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA