

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Bank OCBC NISP Tbk

PT Bank OCBC NISP Tbk merupakan sebuah perusahaan perbankan yang melalui proses merger dan akuisisi pada tahun 2008 silam. Sebelum dikenal dengan nama Bank OCBC NISP, bank tersebut dikenal masyarakat dengan nama NV Nederlandsch Indische Spaar En Deposito Bank. Bank tersebut pertama kali didirikan pada tanggal 4 April 1941 di Bandung dan merupakan bank tertua keempat di Indonesia, yang berhasil tumbuh secara pesat meskipun saat itu Indonesia sedang dilanda krisis pada tahun 1965. Diketahui pada tahun 1972, bank melakukan perubahan nama menjadi Bank Nilai Inti Sari Penyimpanan atau dikenal sebagai Bank NISP.

Dengan pengangkatan Karmaka Surjaudaja sebagai Presiden Direktur pada tahun 1971-1997 dan Lelarati Lukman sebagai komisaris di tahun 1982-2011, karena keberhasilan mereka untuk menumbuhkan Bank NISP saat tanah air sedang dilanda kegentingan, Bank NISP naik status menjadi bank devisa. Kenaikkan status bank ini didukung atas keberhasilan perusahaan yang terus bertumbuh di tengah kemelut ekonomi dan politik. (OCBCNISP, 2023)

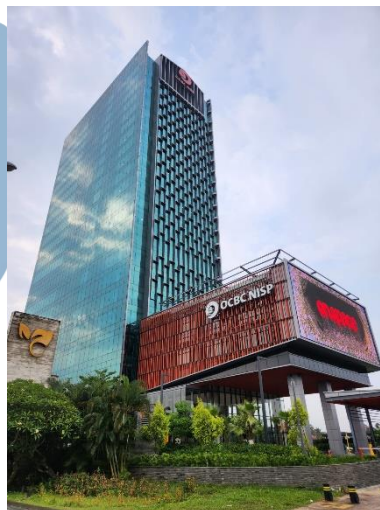
Pada tahun 1997, Bank OCBC dari Singapura menggaet Bank NISP untuk menjadi pasangan lokalnya di Indonesia. Pemilihan *partner* ini kemudian menjadi cikal bakal pendirian Bank OCBC NISP. Sebelas tahun setelahnya, pada tahun 2008, Bank OCBC Singapura menaikkan kepemilikan sahamnya lewat akuisisi dan tender saham publik sehingga Bank OCBC Singapura menjadi pemilik saham terbesar. Untuk strategi dalam jangka panjang, pertimbangan citra, dan meningkatkan dukungan dari *shareholder*, Bank NISP menggunakan nama baru Bank OCBC NISP hingga sekarang ini. (OCBCNISP, 2023)



Gambar 2.1 Logo Bank NISP (kiri) & Logo Bank OCBC NISP (kanan)

Sumber: Google Picture (2023)

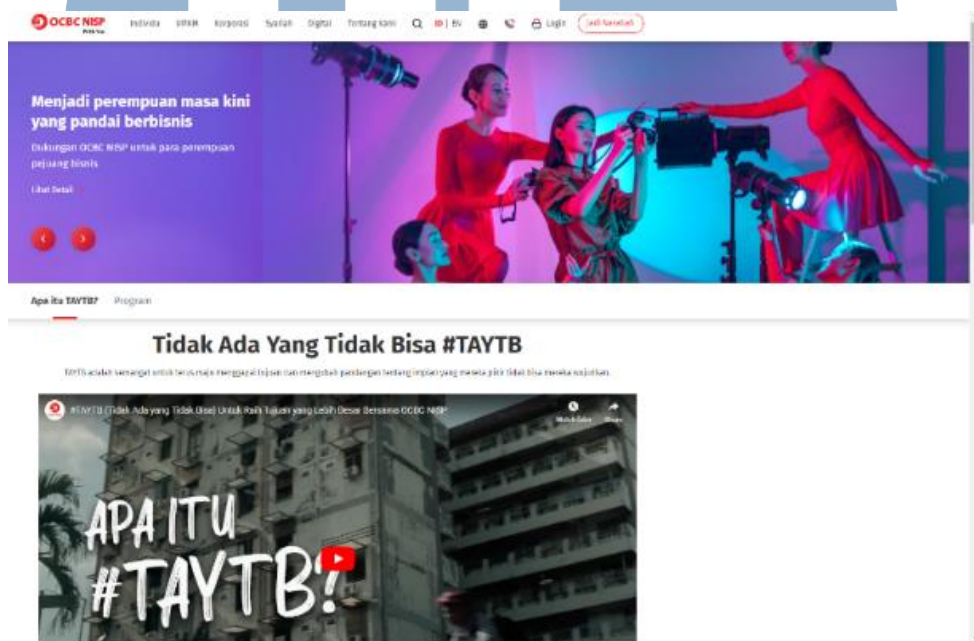
Perubahan nama yang terjadi pada 16 Oktober 2007 silam diikuti juga dengan penggantian logo Bank NISP dengan logo Bank OCBC NISP yang digambarkan dari sebuah perahu berwarna merah dengan pemaknaan tekad yang kuat selama puluhan tahun untuk menjelajahi dunia baru di masa depan yang gemilang. Bank OCBC NISP yang terus berkembang pesat kini telah memiliki 2 kantor pusat yang terletak di Jl. Prof Dr. Satrio Kav 25 di Jakarta dan Jl. BSD Grand Boulevard Lot 9 di Tangerang. Untuk menumbuhkan dan menambahkan citra serta reputasi perusahaan, Bank OCBC NISP juga aktif membagikan informasi-informasi mengenai produk dan promosi perbankan lewat website resminya di www.ocbcnisp.com dan media sosial Instagram, Facebook, Twitter, serta TikTok dengan username @ocbc_nisp.



Gambar 2.2 Gedung OCBC NISP Space Tower BSD Tangerang

Sumber: Sigma Tech (2023)

Bank OCBC NISP yang identik dengan warna merah memiliki slogan yang membentuk semangat untuk terus maju menggapai tujuan dan mengubah pandangan pesimis menjadi optimis terhadap Impian yang dirasa tidak bisa diwujudkan. Adapun slogan tersebut dikenal dengan #TATYB yang merupakan singkatan dari Tidak Ada Yang Tidak Bisa. Ada pula beberapa program yang menjadi kampanye dari slogan #TATYB, seperti Nyala CUAN Town Festival, #WomenWarriors, #Save20, dsb yang semuanya menuju misi Bank OCBC NISP agar nasabah bank menjadi #FinanciallyFit. (OCBCNISP, 2023)



Gambar 2.3 Kampanye Tidak Ada Yang Tidak Bisa #TATYB

Sumber: Website Perusahaan (2023)

#FinanciallyFit adalah sebuah istilah dari perusahaan untuk menyebut keuangan yang sehat. Keuangan yang sehat dalam arti merasa *secure* terhadap keuangan dan tidak khawatir lagi terhadap keuangan dan pengelolaannya. Selain lewat kampanye-kampanye dari slogan #TATYB, #FinanciallyFit juga menjadi tujuan dari penggunaan produk-produk Bank OCBC NISP. Tidak hanya itu, #FinanciallyFit juga menjadi sebuah misi di dalam komunitas digital resmi milik Bank OCBC NISP, yang dikenal dengan Ruang MeNYALA atau Komunitas MeNYALA.



Gambar 2.4 Website Resmi Komunitas MeNYALA

Sumber: Website Ruang MeNYALA (2023)

2.2 Visi Misi PT Bank OCBC NISP Tbk

Website resmi perusahaan Bank OCBC NISP (2023) memuat visi dan misi PT Bank OCBC NISP Tbk yang dijabarkan sebagai berikut:

VISI:

-Menjadi mitra terpercaya untuk meningkatkan kualitas hidup.

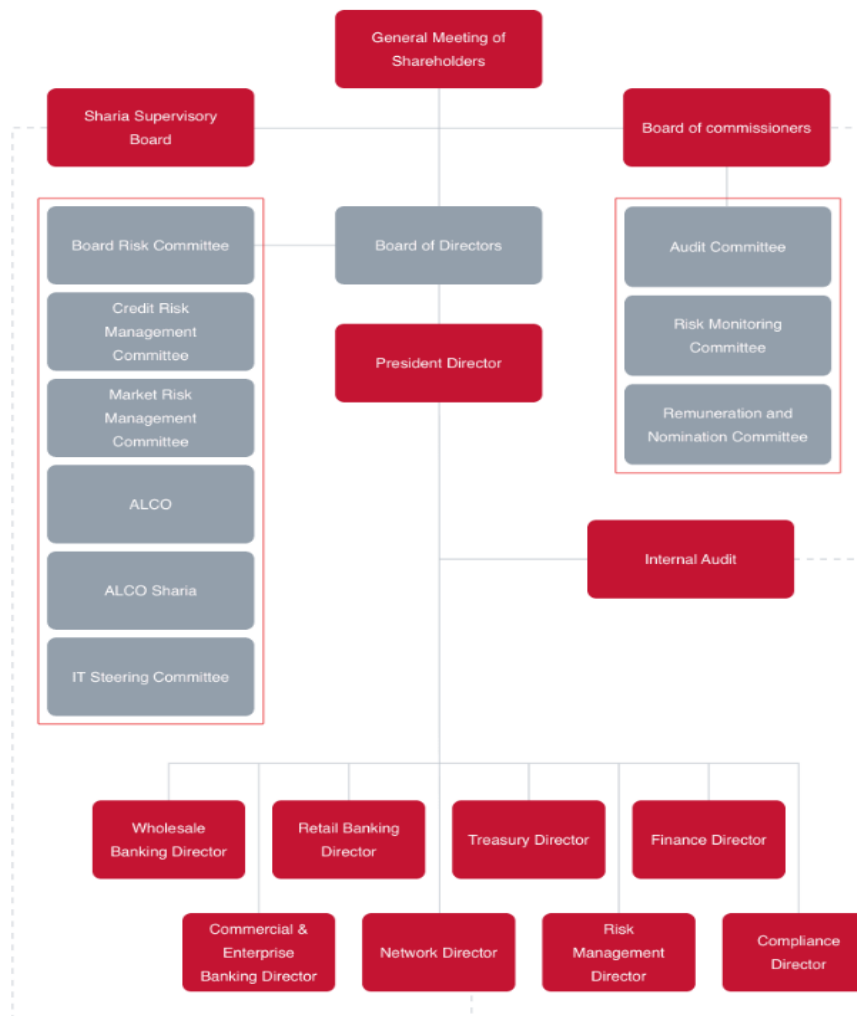
MISI:

- Memberikan solusi yang inovatif dan relevan melebihi harapan para pemangku kepentingan.
- Membangun kolaborasi yang saling menguntungkan berlandaskan kepercayaan dan kehati-hatian.
- Menciptakan lingkungan yang progresif dengan semangat kekeluargaan.

U M M N
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

2.3 Struktur Organisasi PT Bank OCBC NISP Tbk

Bank OCBC NISP telah menjadi bank terpercaya nasabah hingga puluhan tahun lamanya. Melihat dari website resmi perusahaan yang dapat diakses, ada pula struktur organisasi perusahaan yang menjalankan operasional bank hingga dapat bekerja dan dipercaya oleh nasabah dan pemangku kepentingan lainnya. Berikut adalah struktur organisasi resmi dari PT Bank OCBC NISP Tbk :



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Bank OCBC NISP Tbk.

Sumber: Website Resmi Perusahaan (2023)

Dari struktur organisasi yang diamati, dapat dilihat bahwa seluruh posisi penting di perusahaan dikepalai oleh para pemangku kepentingan lewat General Meeting of Shareholders. Adapun Sharia Supervisory Board dan Board of

Commissioners yang berada langsung dibawah para pemangku kepentingan. Dapat dilihat pula bahwa Board of Directors bertanggung jawab langsung kepada para shareholders dan President Directors langsung diawasi oleh Board of Directors. Di bawah President Directors, terdapat sejumlah posisi direktur dengan field of work yang berbeda-beda. Seperti Wholesale Banking Director, Retail Banking Director, Treasury Director, dsb... Dalam posisi organisasi dari perusahaan yang merupakan bank tersebut, dapat dilihat pula adanya internal audit, yang berada langsung di bawah President Director.



Gambar 2.6 Struktur Tim Digital Community

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Di bawah Retail Banking Director, terdapat beberapa kepala yang bertugas untuk mengelola produk-produk perusahaan. Salah satunya yang bertanggung jawab langsung kepada Retail Banking Director adalah Marketing, Lifestyle, and Business Head. Di bawah Marketing, Lifestyle, and Business Head terdapat sejumlah kepala yang memegang *field of work* dari pemasaran produk bank yang berbeda. Salah satunya *marketing communication* untuk *beyond banking*. Di dalam *beyond banking*, perusahaan ingin memberikan solusi spesifik dan kustomisasi untuk memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan dari nasabah. Selain beberapa

produk perusahaan yang dapat ditawarkan, dalam *beyond banking* terdapat pula sebuah komunitas digital milik bank yang berada langsung di dalam ranah pekerjaan divisi *beyond banking*. Hal ini membuat *leader* atau *lead* dari Digital Community untuk langsung berada di bawah naungan Marcomm Beyond Banking Head. Dipimpin oleh seorang Digital Community Lead, terbentuk pula satu tim yang akrab disebut Digicom. Tim tersebut terdiri dari Marketing Communication Specialist For Digital Community, Marketing Collaterals Specialist For Digital Community, Marketing Communication Specialist For Partnerships, dan Certified Financial Planner. Kegiatan magang ada di posisi Digital Community Intern yang berada di bawah naungan dari Marketing Communication Specialist For Digital Community. Berikut masing-masing job description posisi pada Digital Community Team dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Marketing Communication Beyond Banking Head

Memberikan target untuk tim Digital Community, mengawasi kinerja dari Digital Community Team untuk dapat memenuhi target tetapi tidak melanggar ketentuan yang tidak disetujui perusahaan, memberikan izin untuk pelaksanaan strategi marketing tim untuk pemenuhan ekspektasi perusahaan, serta menjadi sumber referensi dalam aktivitas magang.

B. Digital Community Lead

Melakukan perencanaan dan strategi marketing untuk dapat mencapai target tim, mengawasi jalannya deskripsi tugas setiap posisi yang ada di dalam tim Digital Community, bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang terjadi pada saat pelaksanaan strategi marketing untuk pemenuhan target.

C. Marketing Communication Specialist For Digital Community

Bertugas untuk membuat materi komunikasi yang akan disampaikan di program-program Digital Community, membuat serta menyokong aktivitas komunitas digital tim, dan merancang inovasi program-program Digital Community.

D. Marketing Collaterals Specialist For Digital Community

Mengeksekusi komunikasi yang telah dirancang dalam bentuk marketing collateral, seperti poster, brosur, booth, merch, dsb..., mengawasi penayangan kolateral marketing untuk program tim, dan meninjau komunikasi marketing yang dibuat agar tidak melanggar ketentuan perusahaan.

E. Marketing Communication Specialist For Partnerships

Merancang materi komunikasi untuk partner-partner komunitas, mencari pihak-pihak yang berpotensi menjadi partner komunitas, dan menjadi jembatan penghubung antara komunitas digital dan pihak eksternal.

F. Certified Financial Planner

Memastikan kredibilitas materi komunikasi yang ada di dalam program-program komunitas digital, melaksanakan program komunitas digital, dan memberikan informasi-informasi kredibel untuk bahan marketing komunikasi komunitas.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA