



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 Perusahaan

PT Bank UOB Indonesia didirikan dengan nama PT Bank Buana Indonesia pada tanggal 31 Agustus 1956. Bank yang beralamat di Gedung UOB Plaza, Jl. M.H. Thamrin no. 10, Jakarta Pusat ini memperoleh izin usaha perbankan pada bulan Oktober 1956 dan memulai kegiatan operasionalnya pada tanggal 1 November 1956.

Dalam jangka waktu lima dekade, UOBI berhasil berkembang menjadi salah satu bank yang unggul dalam hal pendanaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Pertumbuhan UOBI cukup pesat pada tahun 1970-an. Merger dan akuisisi menandai ekspansi UOBI selama periode tersebut. Titik balik UOBI terjadi pada tahun 1976, dimana UOBI mendapat izin sebagai bank devisa. Pada saat itu, hanya sekitar 20% dari seluruh bank di Indonesia yang memperoleh status sebagai bank devisa.

UOBI juga mencatat pertumbuhan di sepanjang tahun 1980 dengan membuka lebih dari 100 kantor cabang di seluruh Indonesia. Tahun 1990, UOBI merupakan bank kedua belas terbesar di Indonesia. UOBI juga merupakan salah satu Bank di Indonesia yang selamat dari krisis keuangan Asia pada tahun 1997 tanpa perlu mendapat rekapitalisasi dari pemerintah. Pada tahun 2000, UOBI meningkatkan statusnya menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (yang kemudian bergabung sebagai Bursa Efek Indonesia).

Di tahun 2003 UOBI memulai sejarah baru ketika sebuah anak perusahaan dari Bank Dunia, International Finance Corporation (IFC), menjadi pemegang saham asing pertama pada UOBI melalui Penawaran Umum

Terbatas II. IFC kemudian melepaskan kepemilikan saham pada tahun 2005. Sesuai keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang dilaksanakan pada bulan Januari 2007, UOBI resmi menyanggah nama PT Bank UOB Buana Tbk. Pada tanggal 22 Agustus 2008, Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa menyetujui rencana UOBI untuk merubah statusnya dari perusahaan terbuka menjadi perusahaan tertutup. Pada bulan November 2008, Bank melakukan penghapusan pencatatan saham Bank dari Bursa Efek Indonesia.

Pada tahun 2010, Bank mengambil langkah besar dengan melakukan penggabungan usaha (*merger*) dengan eks UOBI untuk memenuhi peraturan Bank Indonesia mengenai Kepemilikan Tunggal pada Perbankan Indonesia (SPP). *Merger* tersebut disahkan Gubernur Bank Indonesia pada tanggal 10 Juni 2010. *Merger* ini menciptakan sinergi usaha yang kuat dengan meningkatnya penetrasi pasar dan memperluas pangsa pasar di industri perbankan nasional. Pada Mei 2011 UOBI berubah nama menjadi PT Bank UOB Indonesia untuk menjaga konsistensi dengan Grup UOB di seluruh dunia. Perubahan ini mendapat persetujuan dari Gubernur Bank Indonesia pada tanggal 19 Mei 2011.

Jaringan pelayanan UOB Indonesia mencakup 41 kantor cabang, 172 kantor cabang pembantu dan 137 ATM yang tersebar di 30 kota di 18 provinsi di Indonesia. UOB Indonesia juga bekerja sama dengan jaringan ATM Bersama, Prima, VISA dan jaringan regional ATM UOB sehingga nasabah dapat lebih mudah mengakses layanan perbankan 24 jam dimana pun mereka berada, baik di Indonesia maupun di luar negeri.

Sejak awal, UOBI secara konsisten fokus pada pelayanan kebutuhan nasabah ritel khususnya usaha kecil menengah (UKM). Sektor ini telah terbukti lebih tahan selama periode ekonomi yang sulit. Kedepannya, sejalan dengan visi UOBI untuk menjadi salah satu “Bank Premier di Asia Pasifik”, UOBI

berkomitmen untuk mengembangkan bisnis di perbankan konsumen dan korporasi, dan mempertahankan keunggulannya di segmen pembiayaan UKM. Dengan adanya jaringan pelayanan yang luas, sistem teknologi informasi yang efektif, struktur permodalan yang sehat dan sumber daya manusia yang berharga, UOBI bertujuan menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi para *stakeholders*.

2.2. Visi dan Misi

Menjadi bank yang besar dan mendapatkan kepuasan nasabah secara utuh tidaklah mudah. Kepuasan nasabah menjadi yang terutama dalam industri perbankan ini, oleh karena itu diperlukan suatu tekad dan komitmen yang kuat dan berkesinambungan untuk mewujudkannya. UOBI sendiri memiliki visi menjadi Bank Premier di Indonesia dengan berkomitmen untuk menyediakan produk-produk yang berkualitas dan layanan terbaik bagi nasabah. Semua itu diwujudkan melalui misi yang dimiliki oleh UOBI yaitu memberikan jasa perbankan berkualitas unggul yang dibutuhkan pasar ritel, meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia serta meningkatkan nilai tambah bagi seluruh *stakeholders* secara berkesinambungan. Demi terciptanya visi yang mulia tersebut, ada nilai-nilai utama perusahaan yang dipupuk dan diterapkan di antara seluruh karyawan UOBI. Nilai-nilai tersebut antara lain: integritas, kerja sama, saling percaya dan menghargai, serta kinerja terbaik.

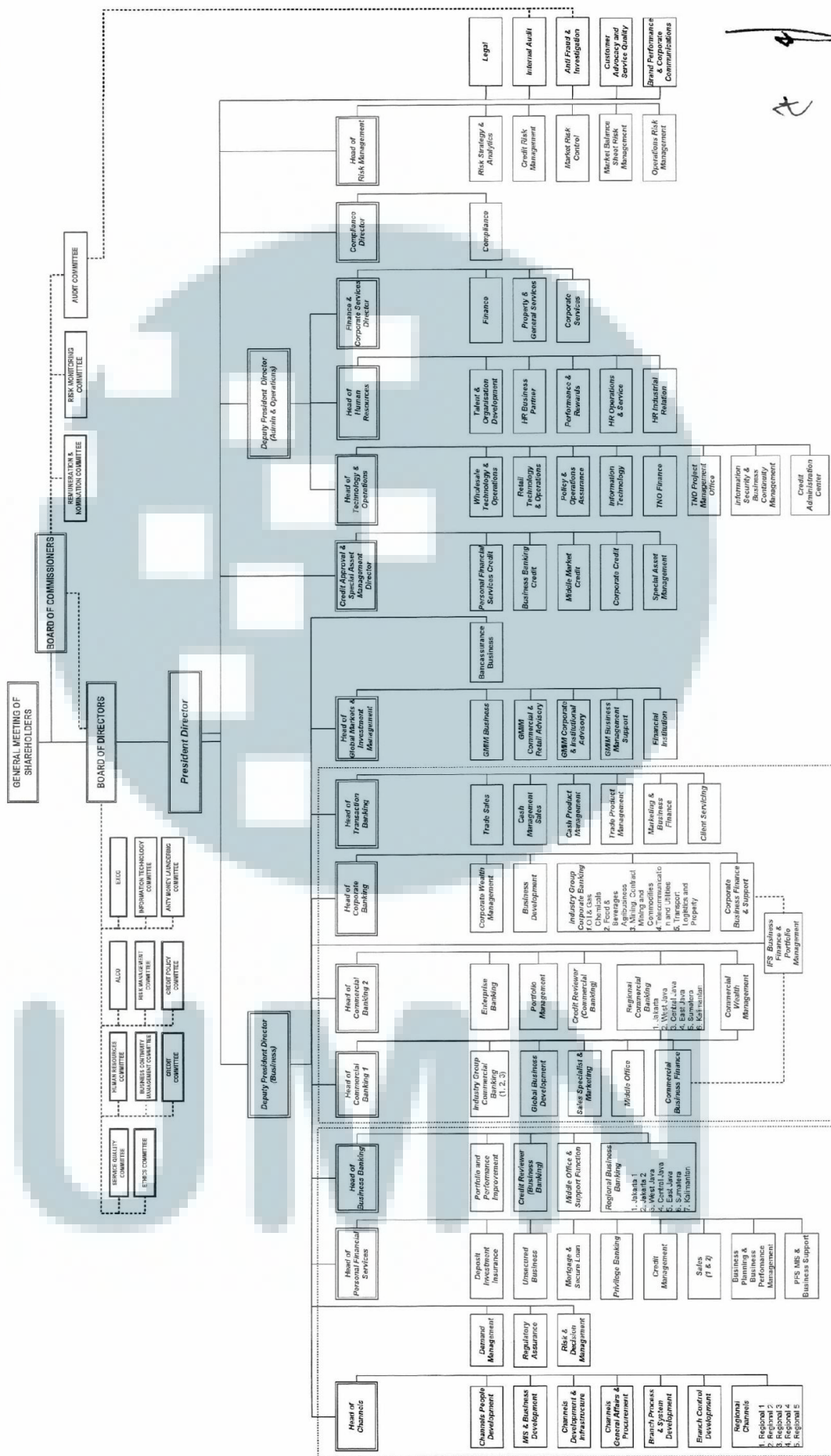
2.3. Struktur Organisasi PT Bank UOB Indonesia

2.3.1. Struktur Organisasi UOB Indonesia Secara Umum (di belakang)



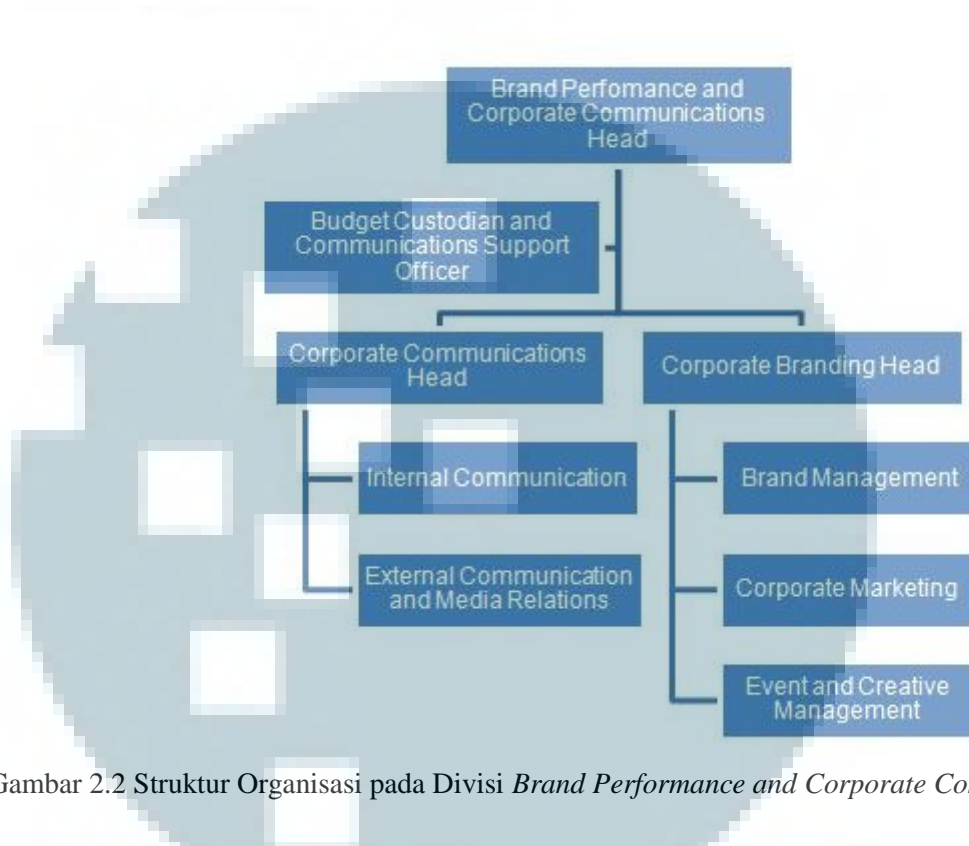
STRUKTUR ORGANISASI PT BANK UOB Indonesia

Lampiran SKDIR No.12/SKDIR/0623 Struktur Organisasi Kantor Pusat PT Bank UOB Indonesia



Tanggal Efektif : 01 Agustus 2012

2.3.2. Struktur Organisasi Divisi Brand Performance and Corporate Communication



Gambar 2.2 Struktur Organisasi pada Divisi *Brand Performance and Corporate Communication*

2.4. Peran dan Tanggung Jawab Brand Performance and Corporate Communication

Job Title	Role & Responsibility	Job Description
<i>Brand Performance and Corporate Communications Head</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan profil UOB secara eksternal, membangun reputasi secara internal. - Mengatur penerapan praktek terbaik secara konsisten - Mendorong kesadaran dan pemahaman mengenai agenda perusahaan - Menghitung setiap uang yang keluar dan masuk melalui BPC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan dan memastikan strategi komunikasi - Menyiapkan blue print BPC - Memastikan blue print untuk diimplementasikan sesuai dengan tujuan perusahaan. - Mengelola, memantau, dan meninjau anggota tim agar bekerja dengan efisien, efektif, dan sesuai.
<i>Corporate Communication Head</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan profil UOB secara eksternal, membangun reputasi secara internal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengatur dan menjaga isi dari portal UOB. - Menjaga dan mengembangkan

	<ul style="list-style-type: none"> - Menjaga brand (mengembangkan dan mengelola portal UOB Indonesia). 	<p>tampilan portal UOB.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan strategi komunikasi bagi internal maupun eksternal secara terintegrasi. - Menyakinkan setiap unit bekerja sesuai dengan tanggung jawabnya.
<i>Internal Communication Manager</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membangun kampanye yang berkesinambungan. - Membawa secara efektif, berpikiran maju, fokus pada bisnis dan reputasi, meningkatkan pedoman. - Menyusun dan mendorong rencana komunikasi yang jelas dari grup CEO. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memulai dan menciptakan komunikasi internal yang solid antara unit sehingga semua pesan dari manajemen dapat disampaikan dengan sesuai. - Melakukan kampanye karyawan internal bersama dengan HR untuk meningkatkan loyalitas karyawan. - Bertanggung jawab untuk mempersiapkan, mengatur, dan menjalankan distribusi CEO message. - Mempersiapkan materi buletin internal seperti <i>UOB News</i>, <i>CEO message</i>, dll.
<i>External Communications and Media Relation Manager</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan profil UOB secara eksternal. - Membangun industri <i>thought-leadership</i> (<i>press relation</i>). - Mendemonstrasikan hubungan <i>stakeholder</i> dengan pihak bisnis (<i>sponsorship</i>). - Berhubungan dengan komunitas perusahaan (<i>community relation</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan <i>press release</i> untuk acara bisnis maupun non bisnis di UOBI. - Melakukan <i>media monitoring</i>. - Menyiapkan <i>press conference</i> atau <i>media gathering</i>. - Me-review semua proposal <i>sponsorship</i> yang masuk ke UOBI. - Memulai, membuat konsep, mengatur dan membuat laporan tentang program CSR: UOB Heartbeat, UOB POY, Kegiatan Perbankan Pendidikan Anak, Qurban, dll. - Mengembangkan dan bertanggung jawab untuk komunikasi antara UOBI dengan regulator / pemerintah / lembaga di luar UOBI. - Bertanggung jawab untuk menerapkan SOP media, CSR, dan <i>sponsorship</i>.
<i>Corporate Branding Head</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menjaga brand - Mempersiapkan penerapan praktek terbaik secara konsisten. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>brand audit</i> secara komprehensif dan berkoordinasi dengan CASQ, Compliance, HR, dan tim Marcom.
<i>Branding Management Manager</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menyari produktivitas dan keefektifan biaya dari agensi. - Mendapatkan hasil yang lebih 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan desain layout untuk buletin internal seperti <i>UOB News</i>, <i>CEO message</i>, dll.

	<p>dengan sedikit budget.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memastikan kepatuhan terhadap identitas perusahaan dan konsistensi dalam aplikasi untuk semua materi eksternal. - Menjaga nama UOB, mengelola masalah-masalah jika diperlukan. - Membantu bisnis itu sendiri, memastikan pedoman dibagi kepada pihak bisnis. - Mengembangkan pedoman untuk brand and corporate communications. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menerjemahkan ide/ konsep promosi produk/ program dalam bentuk komunikasi visual dalam berbagai aplikasi baik aplikasi ATL, BTL dan digital (di bawah arahan dan persetujuan Kepala BPC). - Melakukan fungsi kontrol kualitas untuk kualitas desain oleh pihak ketiga (agensi) serta UOB internal, sesuai dengan identitas perusahaan standar. - Menjaga konsep desain seluruh kolateral yang konsisten dengan nuansa dan tampilan identitas perusahaan. - Memonitor setiap desain poster yang berkaitan dengan <i>rebranding</i> di semua kantor cabang, terutama di UOB Plaza kantor pusat. - Memastikan bahwa dalam proses rebranding ini, Channel dan CASQ menerapkan pedoman kantor cabang dengan sesuai.
<i>Corporate Marketing Manager</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membangun industri thought-leadership. - Mendemonstrasikan hubungan stakeholder dengan pihak bisnis. - Memastikan kepatuhan terhadap identitas perusahaan dan konsistensi dalam aplikasi untuk semua materi eksternal. - Mengetahui dan menyetarakan rencana dengan pihak bisnis yang harus dipatuhi. - Berhubungan dekat dengan pihak bisnis. - Membangun kampanye yang berkesinambungan. - Meningkatkan awareness dari strategi dan kesempatan bisnis. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan rencana bisnis tahunan dan disesuaikan dengan kalender tugas BPC, terkait dengan "<i>thought leadership</i>" dan liputan media yang dapat membantu meningkatkan penjualan fungsi kerja/ bisnis. - Mengkoordinasikan penciptaan publikasi perusahaan seperti: <i>booklet</i> Produk dan Tarif Tahunan, keuangan, dan Profil Perusahaan. - Bertanggung jawab untuk membuat <i>media placement</i> yang strategis dan <i>monitoring</i> konsep, gaya visual dari pesan dan iklan perusahaan. - Memastikan bahwa setiap fungsi kerja / bisnis yang sudah menerapkan CI perusahaan dengan benar dalam tulisan apapun.
<i>Event and Creative Manager</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menyari produktivitas dan keefektifan biaya dari agensi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengatur dan membuat laporan pelaksanaan acara perusahaan seperti

	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan hasil yang lebih dengan sedikit budget. - Mempersiapkan penerapan praktek terbaik secara konsisten. 	<p>UOB Heartbeat, UOB POY, Karyawan Idul Fitri, Halal Bihalal dan Natal, dll.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bekerjasama dengan fungsi kerja/ bisnis dalam menyediakan strategi pelaksanaan <i>event</i> dari pihak bisnis. - Bertanggung jawab untuk menerapkan SOP Pelaksanaan <i>event</i> perusahaan.
<i>Budget Custodian and Communication Support Officer</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menghitung setiap uang yang keluar dan masuk melalui BPC. - Mempersiapkan penerapan praktek terbaik secara konsisten. - Memastikan kepatuhan terhadap identitas perusahaan dan konsistensi dalam aplikasi untuk semua materi eksternal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengawasi <i>budget</i> dan pengeluaran komunikasi. - Memastikan penyediaan dukungan logistik dan administrasi untuk fungsi komunikasi. - Membuat laporan perkembangan mingguan dan bulanan. - Momonitor persediaan <i>corporate souvenir</i>. - Menyiapkan korespondensi dan bertindak sebagai <i>proof reader</i>.

Tabel 2.1 Tabel Role & Responsibility Brand Performance and Corporate Communication

UMMN