



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

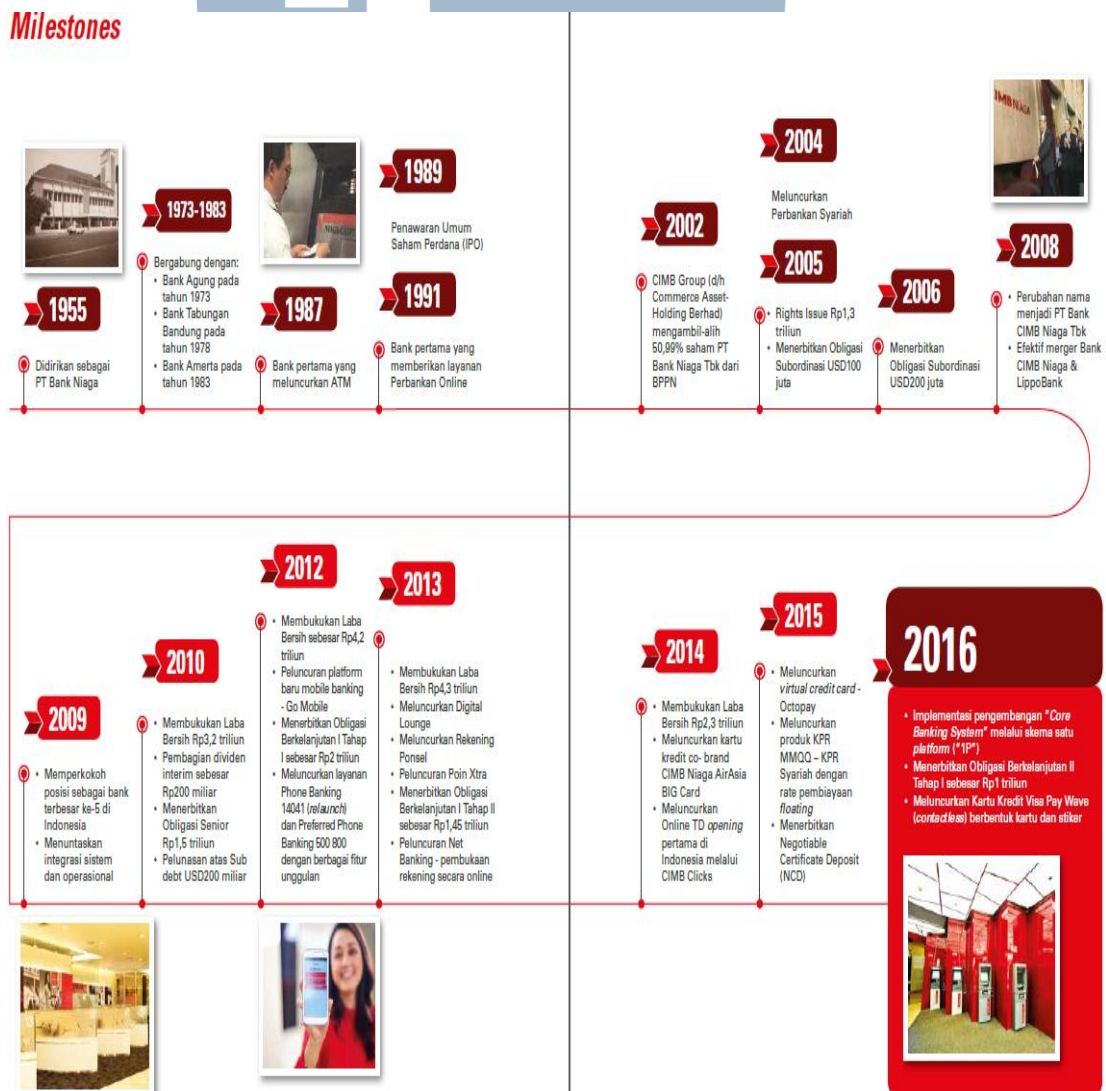
GAMBARAN UMUM PT BANK CIMB

NIAGA TBK

2.1 Profil PT Bank CIMB Niaga Tbk

2.1.1 Sejarah

Gambar 2.1 Sejarah PT Bank CIMB Niaga



Sumber: Annual Report CIMB Niaga 2016

Dilansir dari laman website Bank CIMB Niaga, Bank CIMB Niaga yang awalnya bernama Bank Niaga berdiri pada tanggal 26 September 1955. Pada dekade awal berdirinya, fokus utamanya adalah membangun nilai-nilai inti dan profesionalisme di bidang perbankan, sehingga dikenal sebagai penyedia produk dan layanan berkualitas yang terpercaya. Pada tahun 1987, Bank Niaga menjadi bank pertama yang menawarkan layanan perbankan melalui mesin ATM di Indonesia. Hal tersebutlah yang membedakan Bank Niaga dengan para pesaingnya di pasar domestik. Pencapaian ini dikenal luas sebagai masuknya Indonesia ke dunia perbankan modern. Kepemimpinan Bank Niaga dalam penerapan teknologi terkini semakin dikenal di tahun 1991 dengan menjadi yang pertama memberikan nasabahnya layanan perbankan *online*, dan menyediakan layanan *mobile* pada tahun 2013.

Pada tahun 1989, Bank Niaga menjadi perusahaan terbuka di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (kini Bursa Efek Indonesia/BEI) pada tahun 1989. Keputusan ini merupakan tonggak bersejarah bagi Bank Niaga dengan meningkatkan akses pendanaan yang lebih luas. Langkah ini menjadi katalis bagi pengembangan jaringan Bank di seluruh pelosok negeri.

Selama beberapa waktu, pemerintah Republik Indonesia pernah menjadi pemegang saham mayoritas CIMB Niaga saat terjadinya krisis keuangan di akhir tahun 1990-an. Pada bulan November 2002, *Commerce Asset-Holding Berhad* (CAHB), kini dikenal luas sebagai *CIMB Group Holdings Berhad* (*CIMB Group Holdings*), mengakuisisi saham mayoritas Bank Niaga dari Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Di bulan Agustus 2007 seluruh kepemilikan saham berpindah tangan ke CIMB Group sebagai bagian dari reorganisasi internal untuk mengkonsolidasi kegiatan seluruh anak perusahaan CIMB Group dengan *platform universal banking*.

Dalam transaksi terpisah, Khazanah yang merupakan pemilik saham mayoritas *CIMB Group Holdings* mengakuisisi kepemilikan mayoritas LippoBank pada tanggal 30 September 2005. Seluruh kepemilikan saham ini

berpindah tangan menjadi milik CIMB Group pada tanggal 28 Oktober 2008 sebagai bagian dari reorganisasi internal yang sama.

Khazanah, Sebagai pemilik saham pengendali dari Bank Niaga (melalui CIMB Group) dan LippoBank, sejak tahun 2007 memandang penggabungan (*merger*) sebagai suatu upaya yang harus ditempuh agar dapat mematuhi kebijakan *Single Presence Policy* (SPP) yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Penggabungan ini merupakan *merger* pertama di Indonesia terkait dengan kebijakan SPP. Pada bulan Mei 2008, nama Bank Niaga berubah menjadi CIMB Niaga. Kesepakatan Rencana Penggabungan CIMB Niaga dan LippoBank telah ditandatangani pada bulan Juni 2008, yang dilanjutkan dengan Permohonan Persetujuan Rencana Penggabungan dari Bank Indonesia dan penerbitan Pemberitahuan Surat Persetujuan Penggabungan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di bulan Oktober 2008. LippoBank secara resmi bergabung ke dalam CIMB Niaga pada tanggal 1 November 2008 (*Legal Day 1* atau LD1) yang diikuti dengan pengenalan logo baru kepada masyarakat luas.

Bergabungnya LippoBank ke dalam CIMB Niaga merupakan sebuah lompatan besar di sektor perbankan Asia Tenggara. CIMB Niaga kini menawarkan nasabahnya layanan perbankan yang komprehensif di Indonesia dengan menggabungkan kekuatan di bidang perbankan ritel, UKM dan korporat dan juga layanan transaksi pembayaran. Penggabungan ini menjadikan CIMB Niaga menjadi bank terbesar ke-5 dari sisi aset, pendanaan, kredit dan luasnya jaringan cabang dan dana nasabah dengan kapitalisasi pasar sebesar Rp21 triliun dan total aset mencapai Rp241,57 triliun pada tahun 2016.

Dengan komitmennya pada integritas, ketekunan untuk menempatkan perhatian utama kepada nasabah dan semangat untuk terus unggul, CIMB Niaga akan terus memanfaatkan seluruh daya yang dimilikinya untuk menciptakan sinergi dari penggabungan ini. Keseluruhannya merupakan nilai-nilai inti CIMB Niaga dan merupakan kewajiban yang harus dipenuhi bagi masa depan yang sangat menjanjikan.

Hingga saat ini CIMB Niaga telah mengalami 4 (empat) kali penggabungan usaha, yaitu:

- a. Tanggal 22 Oktober 1973 dengan PT Bank Agung;
- b. Tanggal 30 November 1978 dengan PT Bank Tabungan Bandung;
- c. Tanggal 17 Oktober 1983 dengan PT Bank Amerta; dan
- d. Tanggal 1 November 2008 dengan PT Bank Lippo Tbk.

Menurut *annual report* Bank CIMB Niaga tahun 2016, sebagai perusahaan yang selalu berusaha untuk melayani dan memenuhi kebutuhan nasabahnya, Bank CIMB Niaga terus berupaya meningkatkan kualitas diri dengan memiliki jaringan sebanyak 634 yang terdiri dari 545 kantor cabang konvensional, 39 kantor mikro laju, 30 kantor syariah dan 20 mobil kas keliling per 31 Desember 2016. Jaringan kantor juga di dukung oleh 3.865 *Automated Teller Machine* (ATM), 769 *Cash Deposit Machine* (CDM), dan 189 *Multi Function Device*. Selain itu, CIMB Niaga juga menawarkan berbagai produk dan layanan yang berkualitas untuk menjangkau market secara luas dengan berbagai varian produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Berikut adalah beberapa produk dan layanan yang ditawarkan oleh CIMB Niaga:

- a. Simpanan : Tabungan, Tabungan Junior, *Indie Account*, Deposito, Giro.
- b. Branchless Banking : Rekening Ponsel, *Go Mobile*, *CIMB Clicks*, *Digital Lounge*, *ATM Gallery*, *Preferred Phone Banking*, *Phone Banking*, *OctoPay*.
- c. Kartu : Kartu Kredit, Kartu Debit.
- d. Pinjaman : Pinjaman Kepemilikan Rumah, Pinjaman Kepemilikan Kendaraan, Pinjaman Tanpa Agunan.
- e. *Wealth Management* : *Treasury*, Reksa Dana, *Back to Back Loan*.
- f. Kiriman Valuta Asing : *Foreign Currency Funds Transfer*, *Bank Draft*, *SpeedSend*, *MoneyGram*, *Special Remittances*.
- g. *Bancassurance* : Asuransi Umum, Asuransi Jiwa

- h. Akses Perbankan : *Internet Banking, Mobile Banking, Rekening Ponsel, ATM, Mesin Setoran tunai, Self Service Banking, Video Banking, Phone Banking.*

2.1.2 Visi dan Misi

Dalam upaya meningkatkan kualitas perusahaan, Bank CIMB Niaga melakukan evaluasi visi dan misi yang secara periodik dilakukan setiap lima tahun sekali untuk disesuaikan dengan kebutuhan Perusahaan sebagaimana diatur dalam Kebijakan Pokok Perusahaan. Berikut adalah visi dan misi Bank CIMB Niaga sejak tahun 2014 :

Visi

Menjadi Perusahaan ASEAN yang Terkemuka

Misi

Menyediakan layanan perbankan *universal* di Indonesia secara terpadu sebagai perusahaan dengan kinerja unggul di kawasan ASEAN dan kawasan utama lainnya, serta mendukung percepatan integrasi ASEAN dan hubungannya dengan kawasan lain.

2.1.3 Budaya Perusahaan

Menurut Susanto, AB. (1997:3) budaya perusahaan adalah “Suatu nilai-nilai yang menjadi pedoman sumber daya manusia untuk menghadapi permasalahan eksternal dan penyesuaian integrasi ke dalam perusahaan, sehingga masing-masing anggota organisasi harus memahami nilai-nilai yang ada dan bagaimana mereka harus bertindak dan berperilaku.”

Sedangkan, menurut Schiffman dan Kanuk (1997) budaya adalah “*sum total of learned beliefs, values, and customs that serve to direct consumer behavior of members of a particular society*” yang artinya budaya merupakan sekumpulan keyakinan yang dipelajari, nilai dan kebiasaan yang mengarahkan perilaku konsumen dari suatu anggota masyarakat tertentu.

Terdapat tiga perilaku utama yang diterapkan dalam Bank CIMB Niaga, yaitu:

1. Bekerja keras untuk memuaskan nasabah
2. Saling menghormati, terbuka, dan bekerjasama.
3. Saling menghargai upaya masing-masing dan saling mendukung.

2.1.4 Nilai-Nilai Dasar

Adapun Bank CIMB Niaga juga menerapkan nilai-nilai dasar (C-H-E-S-I) yang diterapkan dalam perusahaan sebagai berikut:

- a. C = *Customer-centric*

Hadir untuk melayani nasabah serta menjual produk dan layanan yang diinginkan nasabah

- b. H = *High Performance*

Bekerja keras dan tepat sasaran untuk nasabah, sesama karyawan dan pemangku ke pentingan lainnya

- c. E = *Enabling People*

Mendorong seluruh pihak di CIMB Niaga untuk berpikiran luas dan memastikan seluruh karyawan memiliki kemampuan untuk memberikan nilai tambah

d. *S = Strength in Diversity*

Menghargai perbedaan budaya, perbedaan perspektif dan mengakui setiap perbedaan sebagai potensi kekuatan

e. *I = Integrity*

Jujur, terhormat dan professional dalam segala hal yang dilakukan karena integritas adalah nilai paling mendasar di CIMB Niaga

2.1.5 Tata Kelola

Bank CIMB Niaga menjunjung tinggi terwujudnya praktik-praktik Tata Kelola Perusahaan yang Baik melalui pelampauan kepatuhan dan pengelolaan yang baik (*beyond compliance, good-governing*). Bank CIMB Niaga percaya bahwa penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) bukan hanya untuk memenuhi peraturan saja, tetapi juga harus menyatu dengan tindakan dan sistem operasional sebagai bagian dari budaya perusahaan.

a. **Komitmen**

Adanya persaingan yang ketat membuat pelaksanaan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan menjadi persyaratan multak bagi keberhasilan perusahaan modern saat ini. Untuk itu, upaya menerapkan prinsip Tata Kelola Perusahaan di Bank CIMB Niaga sudah sejak lama dilakukan. Tata Kelola Perusahaan bertujuan bukan hanya untuk memenuhi ketentuan dari regulator, namun yang paling utama adalah agar dapat mendukung perusahaan untuk melanjutkan pertumbuhannya dan berhasil mencapai target yang telah ditetapkan dalam waktu jangka panjang.

Hal ini semakin penting mengingat Bank CIMB Niaga akan secara terus menerus memperluas layanannya sehingga dapat melayani kebutuhan perbankan di berbagai wilayah Indonesia dan negara ASEAN lain dengan melakukan sinergi dengan jaringan *CIMB Group*. Komitmen Perusahaan untuk menerapkan tata

kelola yang baik adalah *beyond compliance, good-governing* mentransformasikan nilai-nilai perusahaan untuk mencapai nilai yang maksimal bagi para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

b. Implementasi

Penerapan Tata Kelola Perusahaan terwujud dari interaksi seluruh organ Perusahaan yang meliputi Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, Direksi, dan pejabat pimpinan serta seluruh karyawan untuk menciptakan budaya perusahaan yang berdasarkan pada kode etik, visi/misi dan *core values* perusahaan. Komitmen ini diaktualisasikan perseroan dengan pemenuhan ketentuan yang berlaku, antara lain ketentuan Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, serta mengadopsi pedoman yang berlaku, antara lain pedoman GCG yang diterbitkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), *ASEAN Corporate Governance Scorecard* dan *OECD Principles of Corporate Governance*.

Manfaat penerapan GCG bagi Perusahaan dapat dilihat melalui pencapaian kinerja Perusahaan baik secara kuantitatif maupun kualitatif mencakup keuangan dan non keuangan, serta apresiasi dari pihak eksternal.

Penerapan GCG yang efektif bermanfaat bagi keberlanjutan perusahaan melalui kinerja keuangan yang baik, pertumbuhan bisnis dan komitmen dalam menerapkan praktik-praktik perbankan yang sehat. Perusahaan juga memastikan kondisi keuangan dan non keuangan dipublikasikan dengan lengkap dan tepat waktu kepada *stakeholders*.

c. Penghargaan

Penerapan Tata Kelola Perusahaan, dari waktu ke waktu perseroan telah memperoleh pengakuan dan penghargaan dari pihak-pihak independen. Sejak tahun 2013 hingga saat ini tercatat beberapa penghargaan penting di bidang Tata Kelola Perusahaan yang diperoleh perseroan adalah sebagai berikut:

- 1) *“Annual Report Award 2012”*
Peringkat Pertama kategori Perusahaan *Private* Keuangan *Listed* versi Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), BEI, BI, OJK, Dirjen Pajak
- 2) *“Best Sustainability Reporting Awards 2012”*
1st Runner Up for Best Sustainability Reporting 2012 - Financial Services Category by The National Center for Sustainability Reporting (NCSR) and the Indonesian Netherlands Association.
- 3) *“Corporate Governance Perception Index (CGPI) Award 2012”*
The Most Trusted Company by The Indonesian Institute for Corporate Governance & SWA Magazine.
- 4) *“The 5th IICD: Corporate Governance Conference & Award 2013”*
The Best Responsibility of the Boards 2013 by The Indonesian Institute for Corporate Directorship.
- 5) *The 6th IICD Corporate Governance Conference and Award 2014*
Top 50 Public Listed Company Indonesia dan The Best Overall.
- 6) *The 7th IICD Corporate Governance Conference and Award 2015*
Top 50 Public Listed Company Indonesia dan The Best Overall.
- 7) *ASEAN Corporate Governance Conference & Awards yang berlangsung di Manila, Filipina (14 Nov 2015)*
- 8) *Top 50 ASEAN Public Listed Companies dan Top 3 Public Listed Companies dari Indonesia di tingkat ASEAN.*
- 9) *The 8th IICD Corporate Governance Conference and Award 2016*
Top 50 Public Listed Companies dan The Best Financial Sector.

2.1.6 Logo

Gambar 2.2 Logo Perusahaan

Logomark

Logotype



Logo

Sumber: Annuual Report CIMB Niaga 2016

Logo resmi Bank CIMB Niaga terdiri dari dua elemen Utama, yaitu *logomark* dan *logotype* di mana kedua elemen ini adalah sebuah kesatuan logo yang tidak dapat dipisahkan. Logo CIMB Niaga dirancang khusus untuk menangkap identitas serta nilai-nilai perusahaan dan mewakili fokus kami melalui cara berpikir ke depan yang dipahami oleh seluruh anggota kelompok perusahaan CIMB *Group*. Secara terpisah dua elemen ini memiliki arti sebagai berikut:

- a. *Logomark* atau simbol logo adalah motif panah yang dibentuk dengan grafis persegi. Simbol ini yang menggambarkan nilai dan semangat perusahaan untuk selalu berpikir dan melangkah menjadi yang terdepan. simbol logo juga mencerminkan dinamika dan pergerakan konstan, namun selalu berakar pada stabilitas, dapat dipercaya dan komitmen.
- b. *Logotype* berfungsi untuk memperkuat *logomark* sebagai kata deskriptif. Semua *logotypes* memiliki awalan inisial 'CIMB' serta akhiran 'Niaga'.

Custom font mencerminkan kejelasan dan kekokohan. Sedangkan warna merah dipilih karena kemampuannya untuk berbeda di pasar domestik, sekaligus mencerminkan keterkaitan dengan jaringan perbankan CIMB di Asia Tenggara.

2.1.6 Struktur Organisasi

Dalam sebuah perusahaan pasti terdapat struktur organisasi. Struktur organisasi menurut Robbins dan Coulter (2007:284), dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang berdasarkan kerangka tersebut tugas-tugas pekerjaan dibagikan, dikelompokkan, dan dikoordinasikan. (Pengertian Struktur Organisasi Menurut Para Ahli, 2016, para. 2)

Sedangkan menurut Jones (1995), struktur organisasi adalah sistem formal dari aturan dan tugas, serta hubungan otoritas yang mengawasi bagaimana anggota organisasi bekerjasama dan menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi. Numberi (2000) juga mengatakan bahwa struktur organisasi merupakan unsur yang sangat penting karena struktur organisasi akan menjelaskan bagaimana kedudukan, tugas, dan fungsi dialokasikan di dalam sebuah organisasi. (Pengertian dan Definisi Struktur Organisasi Menurut Para Ahli, 2015, para. 1)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan mengelola sebuah perusahaan atau organisasi, dibutuhkan struktur organisasi agar tugas dan tanggung jawab pekerjaan dapat dikerjakan sesuai dengan kedudukannya. Struktur organisasi dapat menghindari atau mengurangi terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan tugas karena setiap kedudukan memiliki jenis pekerjaan dan tanggung jawab yang telah ditentukan.

PT Bank CIMB Niaga dalam mengelola perusahaannya juga memiliki struktur organisasi untuk menjalankan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing. Berikut adalah struktur organisasi Bank CIMB Niaga:

Bagan 2.1 Struktur Organisasi

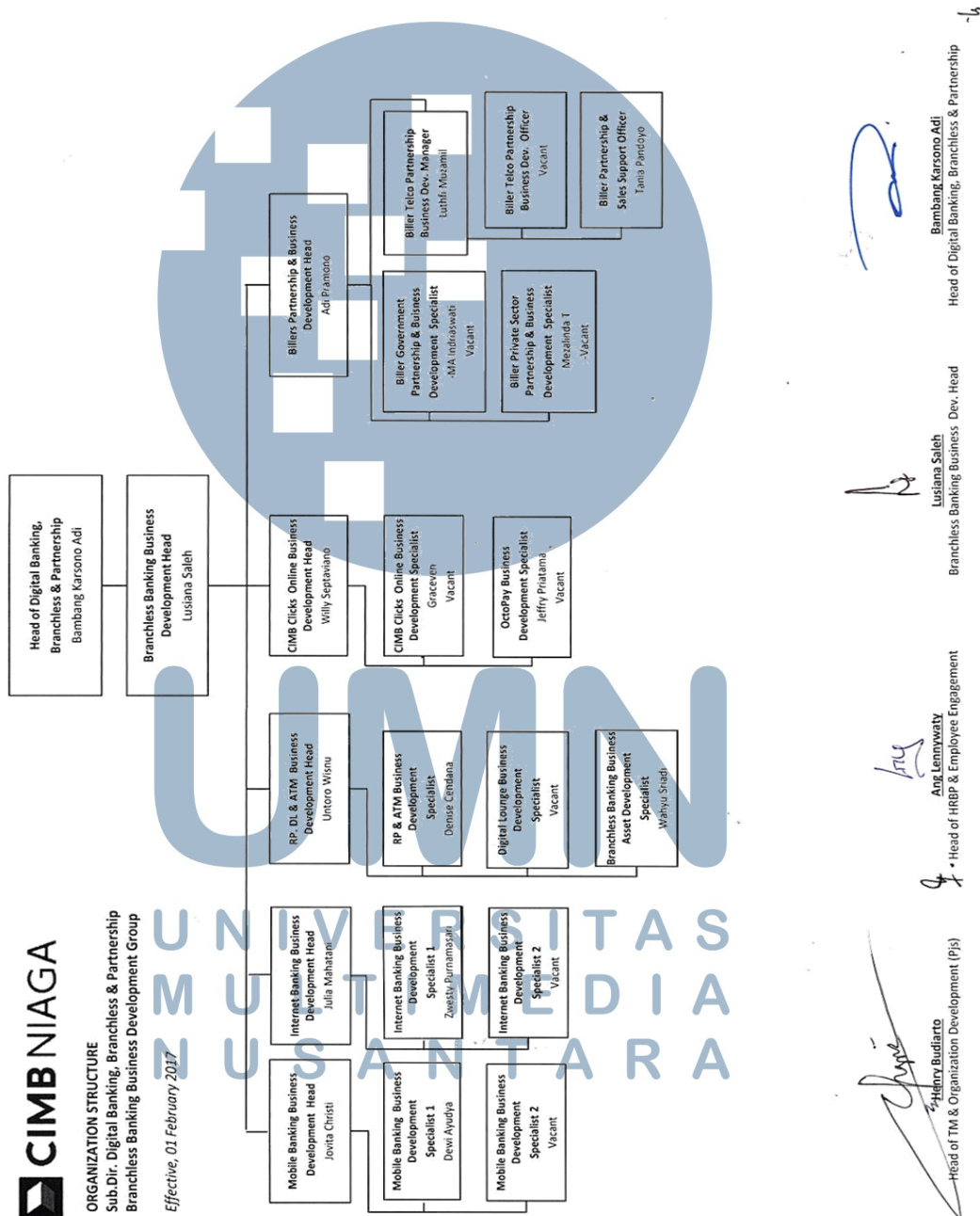


Sumber : Annual Report CIMB Niaga 2016

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Branchless Banking

2.2.1 Digital Banking, Branchless & Partnership

Bagan 2.2 Struktur Organisasi Digital Banking, Branchless & Partnership



Sumber: SO BBBD February 2017

Digital Banking, Branchless & Partnership merupakan salah satu divisi yang termasuk ke dalam layanan *Consumer Banking*. *Branchless Banking* merupakan salah satu strategi distribusi perbankan yang memberi layanan keuangan tanpa bergantung pada keberadaan kantor cabang bank dengan memanfaatkan jaringan internet dan teknologi perangkat *mobile*. Fungsinya adalah untuk mendorong transaksi keuangan agar lebih efisien dan aman. Salah satu tugas dan fungsi divisi ini adalah melakukan promosi dengan memanfaatkan berbagai macam media, khususnya media *online* seperti *website* dan media sosial untuk menarik masyarakat agar menggunakan produk dari divisi *Branchless Banking*.

Berikut adalah produk dan layanan *digital banking* divisi *Branchless Banking*:

a. Rekening Ponsel

Rekening ponsel menawarkan kemudahan transaksi pada *merchant* yang bekerjasama dengan Bank CIMB Niaga tanpa memerlukan ATM, dan bebas biaya, serta tanpa persyaratan saldo minimum.

b. *Go Mobile*

Go Mobile merupakan layanan perbankan tanpa batas yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Seluruh kegiatan perbankan dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*, notifikasi langsung ke ponsel, dan keamanan dalam setiap transaksi.

c. OctoPay

OctoPay merupakan salah satu produk *Branchless Banking* yang muncul sebagai solusi bagi anak muda yang belum memiliki kartu kredit untuk berbelanja *online*. OctoPay yang telah hadir sejak tahun 2015 menawarkan kemudahan transaksi melalui Facebook (*Facebook banking*) yang menyediakan layanan seperti transaksi belanja *online* dengan *Virtual Credit Card* (VCN), memberikan informasi mengenai saldo rekening, kemudahan membeli pulsa dan membayar tagihan, dan menawarkan keamanan dalam setiap transaksi.

d. *CIMB Clicks*

CIMB Clicks adalah salah satu produk *digital banking* yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan perbankan nasabah yang berguna untuk melihat transaksi hingga 6 bulan terakhir, membayar tagihan, pembayaran belanja *online*, dan pembukaan rekening tabungan hanya dengan satu klik.

e. *Digital Lounge*

Digital Lounge merupakan salah satu kantor layanan Bank CIMB Niaga yang merupakan paduan terbaik dari teknologi terdepan dan menawarkan kenyamanan dalam layanan perbankan yang berlokasi strategis, terdapat di mal-mal besar dengan waktu operasional yang lebih panjang dan menyediakan layanan di hari libur.

f. *ATM Gallery*

ATM gallery memberikan kemudahan transaksi setor tunai dengan menyediakan lebih dari 3.300 mesin ATM diseluruh Indonesia yang menerima kartu debit dan kartu kredit berlogo ATM Bersama, Prima, dan ME, sehingga memberikan kemudahan ekstra dari akses perbankan yang luas.

g. *Preferred Phone Banking*

Preferred Phone Banking ditujukan untuk memberikan kenyamanan layanan *phone banking* yang istimewa bagi nasabah pilihan dengan memberikan kemudahan transaksi dengan limit tinggi, nilai tukar uang yang kompetitif, serta keamanan dalam setiap transaksi.

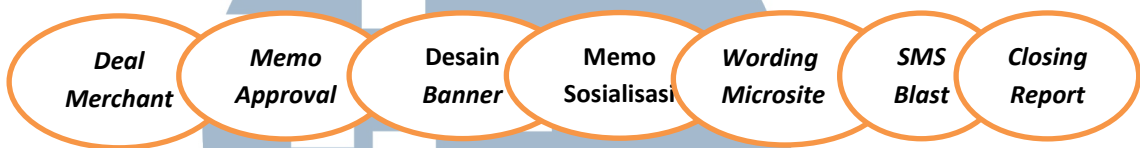
h. *Phone Banking*

Phone Banking menyediakan staff profesional yang siap membantu kebutuhan perbankan nasabah selama 24 jam untuk memberikan kemudahan dalam membayar tagihan dan kegiatan administrasi rekening, serta informasi saldo dan transaksi.

Divisi *Branchless Banking* berada di kantor pusat Bank CIMB Niaga yang bertanggung jawab atas komunikasi pemasaran untuk produk *Go Mobile*, *CIMB Clicks*, *Digital Lounge*, dan *OctoPay*. Salah satu aktivitasnya adalah menjalin

kerjasama dengan berbagai *merchant*, seperti *e-Commerce* dan perusahaan provider untuk membuat program maupun promo-promo menarik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan *customer*. Untuk produk lainnya dijalankan oleh tim yang berlokasi di kantor cabang Bank CIMB Niaga Blok M. Sedangkan untuk hal teknis terkait *programming* dijalankan oleh tim yang berlokasi di kantor cabang Bank CIMB *Clicks* Bintaro.

Gambar 2.3 Alur Kerja Program



Sumber: CIMB Niaga

Untuk alur kerja suatu program, ada tujuh tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. *Deal Merchant*

Pertama, tim BBBD akan menentukan *merchant* mana yang akan diajak bekerjasama, kemudian akan dilakukan rapat untuk membahas program apa yang cocok untuk dibuat.

2. *Memo Approval*

Memo approval berisi tentang ringkasan program, *budget* dan media promosi yang digunakan. *Memo approval* digunakan untuk meminta persetujuan pada atasan tentang program yang akan dibuat.

3. *Desain Banner*

Setelah disetujui akan dilanjutkan dengan membuat desain banner yang dilakukan oleh tim desain BBBD.

4. *Memo Sosialisasi*

Memo sosialisasi dibagikan pada seluruh cabang Bank CIMB Niaga terkait program yang akan berlangsung yang berisi hal-hal terkait

program seperti masa periode program, keterangan dan mekanisme program,serta syarat dan ketentuan yang berlaku.

5. *Wording Microsite*

Selanjutnya yang dilakukan adalah membuat konten *wording* program promo tersebut untuk di upload pada *microsite* Bank CIMB niaga.

6. *SMS Blast*

Setelah itu promo akan di sebarakan melalui *SMS blast* kepada seluruh nasabah.

7. *Closing Report*

Closing report merupakan bentuk evaluasi dari program yang telah berlangsung untuk menentukan hasil dan mengukur sejauh mana keberhasilan program tersebut..

Tabel 2.1 Job Desc Divisi BBBD

Jabatan	Job Desc
<p><i>Mobile Banking Business Development</i></p>	<p><u>Strategy & Planning</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Supporting Go Mobile usage program, focusing on collaboration with Providers, such as: Telkomsel, XL, Indosat</i> 2. <i>Ensuring smooth program-execution end-to-end</i> 3. <i>Performing data analysis to segregate customer based on portfolio, especially for inactive customer (activation program)</i> 4. <i>Analyzing and monitoring Go Mobile performance on daily basis especially branch achievement vs target</i> 5. <i>Supporting acquisition program especially for mass registration e.g payroll or university accounts</i>

	<p><u>Kinerja Bisnis dan Manajemen (Business Performance and Management)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Understanding market and customer behaviour to create an enticing program with a greater value for customer</i> 2. <i>Communicating program and product to both internal and external parties effectively</i>
<i>Internet Banking Business Development</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Acquisition and usage internet banking CIMB Clicks through promotion program and communication to internet banking user.</i>
<i>OctoPay Business Development Manager</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Design and build web portal that enables CIMB Niaga's E-Commerce partner recruitment.</i> 2. <i>Device merchant & customer acquisition strategy that involves but not limited to optimization of CN's and partner's e-commerce portals.</i> 3. <i>Negotiation and collaboration with e-commerce partners to create seasonal usage programs.</i> 4. <i>Consolidate e-commerce initiative into CN's social media channels.</i> 5. <i>Managing organization to build a good environment and good team work</i>

Sumber : Job Description BBBD February 2017

Secara keseluruhan berikut adalah pekerjaan dan tanggungjawab yang dimiliki oleh divisi *Branchless Banking Business Development* :

- a. Membuat dan menerapkan komunikasi pemasaran secara *digital* dan melalui media sosial.
- b. Meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan *digital banking* milik Bank CIMB Niaga.
- c. Membangun dan mengembangkan *platform e-Banking* atau *Branchless Banking*.

- d. Meningkatkan angka pendaftaran *digital banking* CIMB Niaga dengan menghadirkan program-program yang menarik dan inovatif.

Segala aktivitas *marketing communication* yang dilakukan selain untuk meningkatkan penjualan, juga untuk meningkatkan *awareness* terhadap produk-produk jasa perbankan Bank CIMB Niaga. Divisi *Branchless Banking* sendiri bertujuan untuk memperluas dan mempermudah akses nasabah pada layanan perbankan melalui jaringan internet. Apalagi bila dilihat dari tingkat *awareness* masyarakat terhadap perangkat *mobile*, ini menjadi peluang yang menarik untuk meluaskan layanan *Branchless* yang sifatnya mandiri, seperti *mobile* dan *internet banking* . Di sisi lain, juga untuk meningkatkan pertumbuhan transaksi, kemudahan pengembangan jaringan perbankan, terdorongnya efisiensi, dan peningkatan loyalitas pelanggan.

