



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 (UOBI) didirikan dengan nama PT Bank Buana Indonesia (Bank Buana) pada tanggal 31 Agustus 1956. Bank Buana memperoleh ijin usaha perbankan pada bulan Oktober 1956 dan memulai kegiatan operasionalnya pada tanggal 1 November 1956. Dalam jangka waktu lima dekade, Bank Buana berhasil berkembang menjadi salah satu bank yang unggul dalam hal pendanaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia.

Pertumbuhan Bank Buana cukup pesat pada tahun 1970-an. Merger dan akuisisi menandai ekspansi Bank Buana selama periode tersebut. Antara tahun 1972 sampai dengan 1975, Bank Buana mengakuisisi PT Bank Pembinaan Nasional, PT Bank Kesejahteraan Masyarakat dan PT Bank Aman Makmur yang masing-masing berlokasi di Bandung, Semarang dan Jakarta.

Titik balik Bank Buana terjadi pada tahun 1976, dimana Bank Buana mendapat ijin 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, Bank Buana merupakan bank kedua belas terbesar di Indonesia.

Bank Buana 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, Bank Buana 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 Bank Buana memulai sejarah baru ketika sebuah anak perusahaan dari Bank Dunia, International Finance Corporation (IFC), menjadi pemegang saham asing pertama pada Bank Buana melalui

Penawaran Umum Terbatas II. IFC kemudian melepaskan kepemilikan saham pada tahun 2005.

Pada tahun 2004, United Overseas Bank Limited (UOB) melalui UOB International Investment Private Limited (UOBII), perusahaan investasi milik UOB, mengakuisisi 23% saham Bank Buana. Di tahun yang sama Bank Buana menerbitkan obligasi subordinasi I sejumlah Rp 300 miliar. UOB, melalui UOBII, mempertegas komitmennya pada industri perbankan Indonesia dengan meningkatkan kepemilikannya pada Bank Buana menjadi sebesar 61,11% pada akhir tahun 2005. Sesuai keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang dilaksanakan pada bulan Januari 2007, UOBII resmi menyandang nama PT Bank UOB Buana Tbk.

Pada tanggal 22 Agustus 2008, Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa menyetujui rencana UOB Buana untuk merubah statusnya dari perusahaan terbuka menjadi perusahaan tertutup.

Pada bulan Oktober 2008, melalui *tender offer*, kepemilikan UOBII terhadap saham UOB Buana kembali meningkat menjadi sebesar 98,997% dan dilanjutkan dengan penghapusan pencatatan saham UOB Buana dari Bursa Efek Indonesia di bulan November 2008. Di tahun 2009, UOB Buana melakukan pelunasan awal (*call option*) seluruh pokok obligasi subordinasi I.

Pada tahun 2010, UOB Buana mengambil langkah besar dengan melakukan penggabungan usaha (*merger*) dengan eks PT Bank UOB Indonesia 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.

Dalam rangka memperkuat struktur permodalan dan mempertegas komitmen UOB Buana pada industri perbankan nasional, pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang dilaksanakan pada bulan Januari 2011, UOB Buana melakukan peningkatan modal dasar menjadi Rp 9 triliun.

Pada Mei 2011 UOB Buana berubah nama menjadi PT Bank UOB Indonesia (UOBI) untuk menjaga konsistensi dengan *UOB Group* di seluruh dunia. Perubahan ini mendapat persetujuan dari Gubernur Bank Indonesia pada tanggal 19 Mei 2011.

Jaringan pelayanan UOBI mencakup 41 kantor cabang, 172 kantor cabang pembantu dan 137 ATM yang tersebar di 30 kota di 18 provinsi di Indonesia. UOBI 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 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. Proses *Rebranding* PT Bank UOB Indonesia

Program *rebranding* yang dialami UOBI dilatarbelakangi oleh proses akuisisi dan *merger* perusahaan yang terjadi secara bertahap. Kepemilikan saham mayoritas PT Bank Buana Indonesia Tbk. (Bank Buana) hingga tahun 2004 masih dipegang oleh PT Sari Dasa Karsa. Hingga akhirnya pada akhir tahun 2005, *UOB Group* melalui perusahaan investasinya yakni UOBII mengakuisisi saham Bank Buana sebesar 61,11%. Akuisisi saham tersebut otomatis menggeser kedudukan PT Sari Dasa Karsa yang hanya memegang 25 % saham Bank Buana ke posisi dua setelah *UOB Group*. Dengan adanya

distribusi kepemilikan saham yang baru, maka melalui RUPSLB di tahun 2007 diputuskan untuk dilakukannya pergantian nama bank menjadi PT Bank UOB Buana Tbk. Selanjutnya, melalui RUPSLB di tahun 2008 diputuskan juga untuk mengubah status perusahaan yang sebelumnya terbuka menjadi tertutup. UOB Buana melakukan *voluntary delisting* dan *go private* dengan alasan jumlah pemegang saham publik yang kurang dari 350 pihak dan untuk mempercepat proses pengembangan bank. Proses *go private* ini diikuti dengan peningkatan saham UOBII pada UOB Buana hingga 98,997%. Inilah babak pertama dari proses *rebranding* yang dilakukan oleh *UOB Group* terhadap Bank Buana.

Rebranding bank terjadi kembali lagi pada saat terjadi *merger* antara UOB Buana dengan eks PT Bank UOB Indonesia dikarenakan adanya peraturan Bank Indonesia mengenai *Single Presence Policy* atau kepemilikan tunggal dalam perbankan Indonesia pada pertengahan tahun 2010. Selain melakukan pergantian nama menjadi PT Bank UOB Indonesia (UOBI) di tahun 2011, sederet perubahan juga dilakukan untuk menyesuaikan *image* dan posisi bank yang baru dengan *UOB Group* seperti melakukan pergantian logo, pemindahan kantor pusat yang dahulu berada di daerah Harmoni, kini berlokasi di Thamrin Nine (sekarang-UOB Plaza), Jakarta Pusat, melakukan pembukaan cabang baru di 5 region Indonesia dan beberapa cabang diantaranya dilengkapi dengan *Privilege Banking Center* yang didedikasikan untuk nasabah-nasabah *premium*, peremajaan dan relokasi kantor cabang, serta peluncuran seragam *frontliner* yang didesain khusus oleh perancang busana asal Singapura, Wykidd Song. Semua perubahan yang dilakukan UOBI hingga saat ini merupakan bentuk komitmen dari UOBI untuk memberikan layanan terbaik kepada para nasabahnya dan untuk mewujudkan visinya yakni menjadi *The Premier Bank* di tahun 2015.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

2.3.1 Visi Perusahaan

Menjadi Bank Premier di Indonesia dengan berkomitmen untuk menyediakan produk-produk yang berkualitas dan layanan terbaik bagi nasabah.

2.3.2 Misi Perusahaan

Memberikan jasa perbankan berkualitas unggul yang dibutuhkan pasar ritel, meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia serta meningkatkan nilai tambah bagi seluruh *stakeholders* secara berkesinambungan.

2.4 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo UOBI



Makna logo:

Tanda pagar dengan lima garis merah pada logo UOBI melambangkan keamanan dan persatuan. Kesederhanaan logo UOBI mencerminkan fokus dan kejernihan bank.

2.5 Struktur Organisasi PT Bank UOB Indonesia

Dewan Komisaris

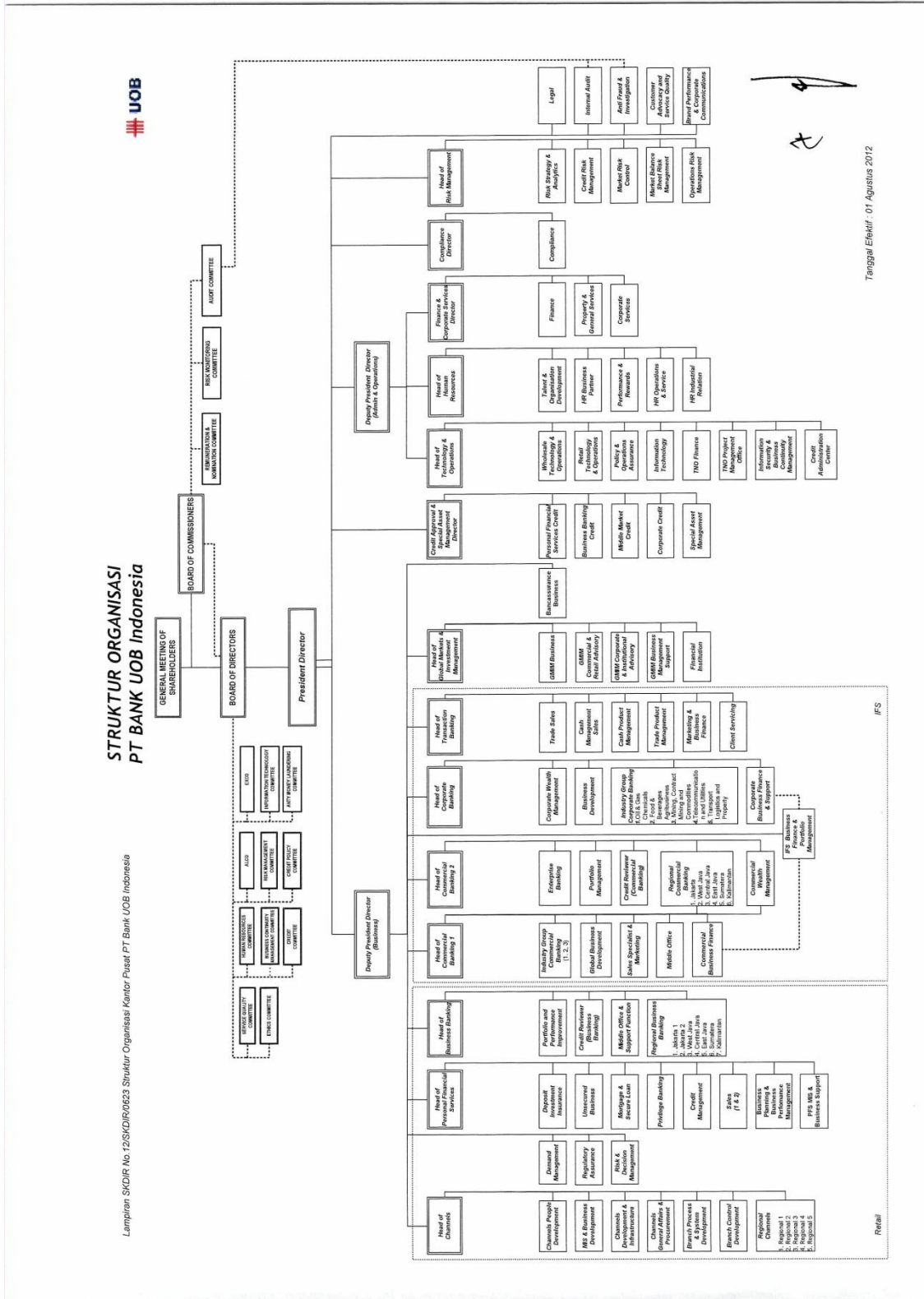
1. Komisaris Utama : Wee Cho Yaw
2. Wakil Komisari Utama : Wee Ee Cheong
3. Komisaris : Lee Chin Yong Francis
4. Komisaris Independen : - Rusdy Daryono
- Wayan Alit Antara
- Aswin Wirjadi

Direksi

1. Direktur Utama : Armand B. Arief
2. Wakil Direktur Utama
Admin & Operation : Wang Lian Khee
3. Wakil Direktur Utama
Business : Iwan Satawidinata
4. Direktur *Finance & Corporate Services* : Safrullah Hadi Saleh
5. Direktur *Compliance* : Soehadi Tansoel
6. Direktur *Credit Approval & Special Asset Management* : Ajeep Rassidi Bin Othman

UMMN

Gambar 2.2 Struktur Organisasi UOBI



STRUKTUR ORGANISASI
PT BANK UOB Indonesia

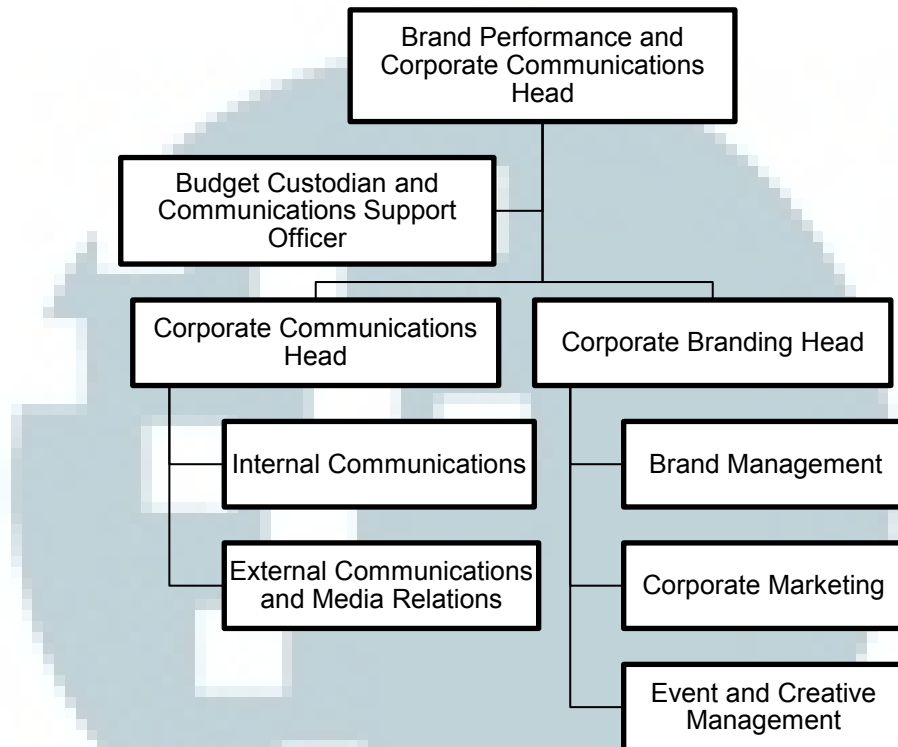


Lampiran SKDIR No 12/SKDIR/0623 Struktur Organisasi Kantor Pusat PT Bank UOB Indonesia

Tanggal Efektif: 01 Agustus 2012

2.6 Struktur Organisasi BPC

Gambar 2.3 Struktur Organisasi BPC



2.7 Role and Responsibility BPC

Tabel 2.1 *Role and Responsibility BPC*

<i>Job Title</i>	<i>Role and Responsibility</i>	<i>Job Description</i>
<i>Brand Performance and Communications Head</i>	Meningkatkan <i>profile</i> UOBI di mata eksternal, membangun reputasi UOBI melalui internal, mendorong kesadaran dan pemahaman akan agenda	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan dan memastikan strategi komunikasi. • Menyiapkan <i>blue print</i> BPC. • Memastikan <i>blue print</i> terimplementasi sesuai dengan <i>goal</i> perusahaan. • Mengatur, memonitor, dan <i>me-review</i> anggota tim bekerja secara efisien, efektif, dan sesuai aturan.

	perusahaan, dan membuat penghitungan biaya.	
<i>Corporate Communications Head</i>	Meningkatkan <i>profile</i> UOBI di mata eksternal, membangun reputasi UOBI melalui internal, mengembangkan dan mengelola UOB Portal, dan menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> • Mengatur dan melakukan pemeliharaan terhadap isi dari UOB Portal. • Melakukan <i>revamp</i> dari tampilan UOB Portal. • Melakukan pemeliharaan dan memonitor untuk isi, <i>update</i> dan tampilan UOB Portal. • Memastikan SOP diimplementasikan sebagaimana mestinya. • Menyiapkan dan mengembangkan strategi komunikasi baik internal maupun eksternal secara terintegrasi. • Memastikan setiap unit melakukan dan men-<i>delivery</i>-kan tugas sesuai dengan <i>role and responsibility</i>.
<i>Internal Communications Manager</i>	Membangun kampanye yang berkelanjutan, menciptakan pedoman yang efektif, mengarah ke depan, berfokus pada bisnis dan penguatan reputasi, membuat rencana komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Berinisiatif dan menciptakan komunikasi internal yang solid antar unit dan semua pesan dari manajemen dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya. • Melakukan kampanye internal karyawan bersama dengan HRD dan fungsi kerja terkait lainnya untuk meningkatkan loyalitas karyawan. • Bertanggung jawab menyiapkan, mengatur dan mengeksekusi distribusi <i>CEO Message</i>. • Menyiapkan materi untuk buletin internal seperti <i>Daily News</i>,

	yang jelas untuk CEO, serta mendukung <i>fair dealing</i> .	<p>Lentera, <i>CEO Message</i>, <i>Event Coverage</i>, dll.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memonitor dan mengevaluasi komunikasi dari <i>UOB Group</i> yang dapat dijadikan acuan serta untuk disosialisasikan kepada karyawan.
<i>External Communications and Media Relations Manager</i>	Menciptakan <i>industry thought-leadership</i> , menunjukkan relevansi antara <i>stakeholders</i> dengan bisnis, membangun hubungan dengan komunitas, dan menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan <i>press release</i> untuk kegiatan UOBI, baik bisnis maupun non bisnis. • Monitoring <i>media coverage</i>. • Melakukan penghitungan <i>PR Value</i> dari setiap <i>press release/corporate advertising</i> yang dikeluarkan UOBI. • Melakukan <i>media monitoring</i>. • Mengatur <i>press conference/media gathering</i>. • Memastikan semua komunikasi yang perlu diterjemahkan akan diterjemahkan dengan menggunakan pihak ketiga. • Melakukan <i>review</i> terhadap seluruh permohonan <i>sponsorship</i> yang masuk ke UOBI. • Berinisiatif, membuat konsep, mengatur dan membuat <i>reporting</i> dari program CSR. • Membuat dan bertanggung jawab dalam terhadap komunikasi antara UOBI dengan <i>regulator/pemerintah/institusi</i> lainnya di luar UOBI.
<i>Corporate Branding Head</i>	Menjaga <i>brand</i> , mengawasi implementasi SOP berjalan dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>brand audit</i> secara menyeluruh dan berkordinasi dengan <i>Customer Advocacy Service Quality, Compliance, HRD, Business Unit's Marcomm Team</i>.

	<p>dan menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan SOP diimplementasikan sebagaimana mestinya • Memastikan setiap unit melakukan dan men-<i>delivery</i>-kan tugas sesuai dengan <i>role and responsibility</i>. • Menyiapkan dan mengembangkan strategi komunikasi baik internal maupun eksternal secara terintegrasi.
<p><i>Branding Management Manager</i></p>	<p>Mengkaji produktivitas dan efisiensi biaya dari <i>agency</i>, memastikan kesesuaian dan konsistensi pengaplikasian <i>corporate identity</i> untuk semua materi eksternal, menjaga nama UOBI, membantu fungsi kerja Bisnis dan memastikan pedoman dan penilaian dibagikan kepada pihak bisnis, mengembangkan pedoman <i>Brand</i> dan <i>Corporate Communica-</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan desain dan <i>layout</i> untuk buletin internal seperti <i>Daily News</i>, <i>Lentera</i>, <i>CEO Message</i>, dsb. • Memberikan rekomendasi / masukan dalam bentuk konsep visual, produksi, arahan/panduan fotografi/<i>image</i> yang sesuai dengan target <i>audience</i> (berdasarkan arahan dan persetujuan dari <i>BPC Head</i>). • Melakukan fungsi kontrol terhadap kualitas desain yang dilakukan oleh pihak ketiga (<i>creative agency</i>) maupun internal UOBI, agar sesuai dengan standar <i>corporate identity</i>. • Menjaga konsep desain dari semua <i>collateral</i> yang konsisten dengan <i>feel and look corporate identity</i>. • <i>Monitoring</i> terhadap desain poster terkait dengan <i>rebranding</i> di semua cabang terutama di kantor pusat <i>UOB Plaza</i> melalui poster <i>acrylic</i>. • Melakukan fungsi kontrol

	<i>tions</i> , serta menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.	terhadap penerapan design di semua <i>collateral</i> dalam rangka <i>rebranding</i> secara <i>bankwide</i> , sesuai dengan <i>corporate identity</i> .
<i>Corporate Marketing Manager</i>	Membangun kampanye yang berkelanjutan, menciptakan <i>industry thought-leadership</i> , menunjukkan relevansi antara <i>stakeholders</i> dengan bisnis, meningkatkan kesadaran akan strategi dan peluang bisnis, dan menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun rencana tahunan bisnis dan menyesuaikan dengan kalender kerja BPC terkait <i>thought leadership</i> serta <i>media coverage</i> yang dapat membantu peningkatan penjualan dari fungsi kerja/bisnis. • Mengkoordinasikan pembuatan <i>Corporate Publications</i> seperti <i>booklet</i> produk dan tarif tahunan, <i>Financial Tombstone</i>, <i>Corporate Profile</i>. • Bertanggung jawab membuat strategi <i>media placement</i> dan memonitor konsep, <i>tone</i> dari pesan dan visual <i>corporate ad</i>. • Memastikan bahwa fungsi kerja/bisnis sudah menerapkan <i>corporate identity</i> UOBI dalam setiap penulisan dengan benar. • Menyusun strategi komunikasi dan <i>timeline</i> terkait proses perubahan sistem <i>Core Banking</i>. • Melakukan/mengimplementasikan strategi komunikasi terkait proses perubahan sistem <i>Core Banking</i> tersebut menjadi media komunikasi yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan dari fungsi kerja/bisnis.
<i>Event and Creative Management Manager</i>	Mengkaji produktivitas dan efisiensi biaya dari <i>agency</i> dan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengatur dan membuat <i>reporting</i> terhadap penyelenggaraan acara korporasi.

	menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerjasama dengan fungsi kerja/bisnis dengan memberikan strategi dalam penyelenggaraan acara bisnis. • Bertanggung jawab dalam menerapkan SOP Penyelenggaraan Acara Korporasi.
<i>Budget Custodian and Communications Support Officer</i>	Membuat penghitungan biaya, memastikan tersedianya logistik dan administrasi pendukung untuk fungsi komunikasi, dan menerapkan <i>best practice</i> secara konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun dan memonitor <i>budget BPC</i>. • Mengakomodir seluruh permintaan administratif di BPC. • Bertanggung jawab dalam memonitoring dan melakukan <i>stock opname corporate souvenir</i>. • Memonitor dan memastikan penggunaan <i>email corporate communciations</i> digunakan sesuai dengan tujuannya. • Membantu menyiapkan korespondensi dan bertindak sebagai <i>proof readers</i>.

U M N