

## **BAB II**

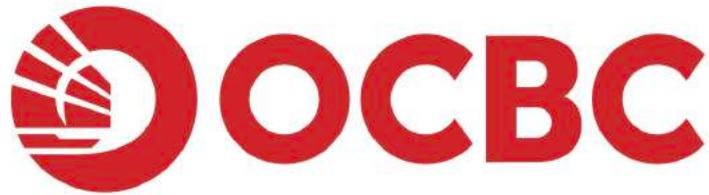
### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Deskripsi Perusahaan**

OCBC, singkatan dari Oversea-Chinese Banking Corporation, adalah bank tertua milik Singapura yang sudah berdiri dari tahun 1932. Melalui proses penggabungan tiga bank lokal, dengan yang tertua berdiri sejak 1912. Saat ini, Bank OCBC merupakan bank terbesar kedua di Asia Tenggara berdasarkan aset. OCBC memiliki layanan yang mencakup berbagai macam sektor, mulai dari perbankan komersial, layanan keuangan khusus, hingga manajemen kekayaan. Bidang layanannya pun beragama mulai dari perbankan konsumen, korporat, investasi, keuangan pridabay, dan transaksi, serta sektor perbendaharaan, asuransi, manajemen aset, dan pialang saham. OCBC menjadi bank dengan kehadiran terkuat di pasar Indonesia, Singapura, Malaysia, dan Greater China. Memiliki lebih dari 410 cabang dan kantor yang tersebar di 19 negara dan wilaya. OCBC juga memiliki jaringan yang luas dan merata. (OCBC, 2023).

##### **2.1.1 Sejarah PT Bank OCBC NISP Tbk**

OCBC Indonesia pertama kali berdiri di kota Bandung pada tahun 1941 dengan nama Nederlandsch Indische Spaar en Deposito Bank. Sampai dengan 30 September 2023, OCBC Indonesia sudah melayani nasabah melalui 199 kantor yang terletak di 54 kota yang tersebar di Indonesia. Di sisi lain, nasabah dapat melakukan transaksi melalui 494 ATM, dan memiliki lebih lebih dari 90.000 jaringan ATM di Indonesia. OCBC juga memiliki lebih dari 600 jaringan ATM di negara Singapura dan Malaysia. Layanan OCBC juga tersedia melalui media digital seperti Mobile Banking dan Internet banking untuk nasabah individu maupun perusahaan. OCBC Indonesia memiliki peringkat kredit tertinggi di Indonesia yaitu AAA(idn)/stabil dari PT Fitch Rating Indonesia. (OCBC, 2023).



Gambar 2.1 Logo PT Bank OCBC NISP Tbk  
Sumber: OCBC Visual Guideline - Indonesia v2.5

Pada tanggal 14 November 2023, Bank OCBC NISP secara resmi berubah nama menjadi 'OCBC' dan memperkenalkan logo baru. Proses *rebranding* ini sebelumnya telah diumumkan di Singapura, Malaysia, Hongkong, dan Makau pada tanggal 3 Juli 2023. Dengan *rebranding* dan logo yang sama, OCBC Indonesia akan menawarkan layanan yang lebih kuat melalui peningkatan proposisi regional dan memperkuat sinergi dengan Grup OCBC. (Kompas, 2023).

### 2.1.2 Logo PT Bank OCBC NISP Tbk

Logo dapat dijelaskan sebagai lambang khas yang mewakili suatu merek dan mengkomunikasikan narasi visual (Landa, 2010). Perubahan logo terbaru OCBC pada 14 November 2023 diikuti dengan *tagline* baru yaitu: "*For now, and beyond*" atau terus bersama, melaju jauh. Logo OCBC merupakan gabungan dari *pictorial mark* dan *wordmark* (Visual Guidelines).



Gambar 2.2 Identifikasi Logo PT Bank OCBC NISP Tbk  
Sumber: OCBC Visual Guideline - Indonesia v2.5

*Pictorial mark* dari logo OCBC memiliki bentuk menyerupai kapal layar China, yang melambangkan pendirian OCBC oleh wirausahawan Tionghoa di luar negeri yang bepergian dari Tiongkok untuk mencari peluang bisnis di Asia Tenggara. membangun rumah dan bisnis baru yang akan

memberikan manfaat bagi orang lain. Semangat ini tetap menjadi inti pada logo OCBC.



Gambar 2.3 *Pictorial Mark* PT Bank OCBC NISP Tbk  
Sumber: OCBC Visual Guideline - Indonesia v2.5

Dalam segi warna, logo OCBC menggunakan warna merah tidak hanya karena daya tarik visual dan kekuatannya, tetapi juga karena yang diwakili oleh warna merah. Warna merah mewakili kekuatan, energik, makmur, berjiwa kewirausahaan, dan bersemangat. Ketika digunakan dengan tepat, warna merah membuat merek OCBC tetap sederhana, modern, progresif, dan abadi (Visual Guidelines).

### **2.1.3 Visi-misi dan Nilai-nilai PT Bank OCBC NISP Tbk**

Dalam upaya mencapai kesuksesan di sektor perbankan, PT Bank OCBC NISP memiliki visi-misi dan nilai-nilai yang menjadi landasan untuk mencapai tujuan tersebut (Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan, 2022). Visi-misi dan nilai-nilai yang dimiliki dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **1) Visi**

Menjadi rekan yang dapat diandalkan dalam meningkatkan kualitas hidup.

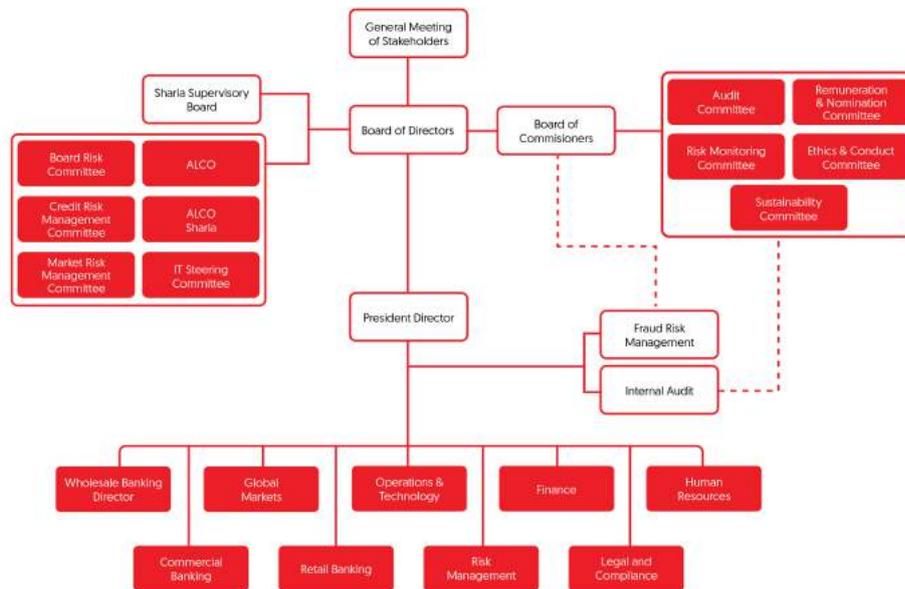
#### **2) Misi**

Demi mewujudkan visinya, OCBC NISP telah merumuskan tiga misi sebagai berikut:

- a. Menyediakan solusi yang inovatif dan relevan yang melampaui ekspektasi *stakeholders*.
  - b. Mengembangkan kolaborasi yang saling menguntungkan dengan dasar percaya dan kehati-hatian.
  - c. Menghasilkan lingkungan dengan semangat kekeluargaan yang progresif.
- 3) Nilai-nilai PT Bank OCBC NISP disingkat 'BISA', yang berarti:
- a. B (*Bring out the best in each other*)  
Mendorong satu sama lain untuk melakukan dan memberikan yang terbaik.
  - b. I (*Integrity*)  
Memiliki integritas tinggi.
  - c. S (*Strive for excellence*)  
Berusaha keras untuk mencapai kesempurnaan.
  - d. A (*Act progressively*)  
Beraksi secara progresif untuk memimpin.

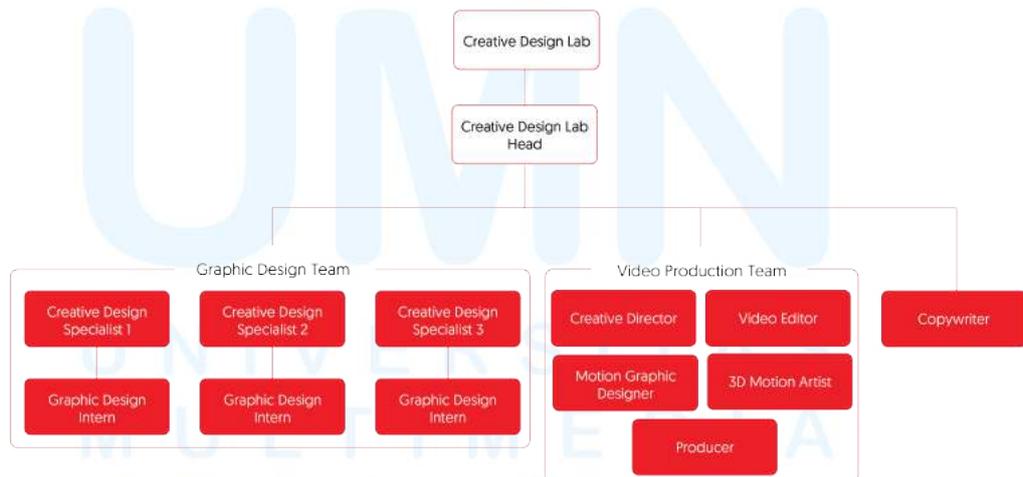
## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan mencerminkan tanggung jawab dan wewenang yang saling terkait di berbagai bagian perusahaan. PT Bank OCBC NISP Tbk memiliki berbagai departemen. Penulis berada pada salah satu divisi di dalam bank tersebut adalah *Marketing and Lifestyle Business* atau bisa disingkat Malibu. Divisi Malibu berada di dalam divisi *Retail Banking*.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Bank OCBC NISP Tbk  
Sumber: Website Perusahaan

Di dalam divisi *Marketing & Lifestyle Business* terdapat beberapa bagian, departemen *Marketing Communication*, *Social Media & Marketing Content*, dan *Creative Design Lab*. Penulis sedang melakukan kerja magang di departemen *Creative Design Lab*, yang bertanggung jawab untuk mendukung semua kebutuhan desain cetak dan digital untuk kegiatan pemasaran.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi *Creative Design Lab*

Penulis berada di posisi *graphic design intern*, mendukung *creative design specialist* membuat desain untuk keperluan *marketing*.

## 2.3 Portfolio Perusahaan

Dalam subbab ini, penulis akan menjelaskan ringkasan portfolio PT Bank OCBC NISP Tbk yang merupakan dokumentasi hasil kerjanya. Portofolio tersebut mencakup layanan program, produk dan jasa, dan karya desain perusahaan.

### 2.3.1 Omnichannel Banking Experience & Digital Journey

PT Bank OCBC NISP Tbk menawarkan pengalaman perbankan secara *omnichannel*. *Omnichannel* merupakan suatu strategi di mana bank berinteraksi dengan para pengguna atau nasabahnya melalui berbagai *touchpoint* baik secara fisik maupun digital (Lazaris & Vrechopoulos, 2014).

#### 1) *Financial Fitness Gym*

*Financial Fitness Gym* merupakan sebuah kantor dengan konsep inovatif yang mengundang generasi muda untuk melatih kesehatan keuangan mereka. *Financial Fitness Gym* menyediakan beragam fasilitas yang membantu nasabah mencapai kebugaran keuangan dengan menggunakan tagar #FinanciallyFit (Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan, 2022).

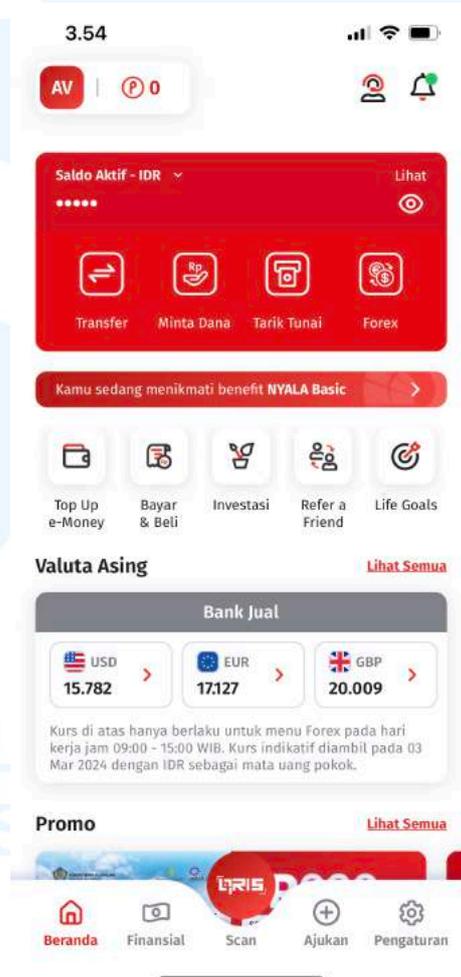


Gambar 2.6 Dokumentasi *Financial Fitness Gym*  
Sumber: Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan (2022)

*Financial Fitness Gym* fokus pada edukasi prinsip keuangan yang mirip dengan kebugaran fisik, bertujuan memberikan dukungan kepada generasi muda agar mencapai kebugaran finansial. Melalui bimbingan *Nyala Trainer* yang memiliki tujuan utama yaitu meningkatkan pemahaman keuangan di kalangan masyarakat secara luas.

## 2) *OCBC mobile*

*OCBC mobile* adalah aplikasi solusi keuangan yang lengkap, membantu pelanggan untuk menjalankan berbagai aktivitas keuangan secara efisien. Aplikasi *OCBC mobile* yang dulunya dikenal dengan nama *One Mobile*, menyediakan informasi keuangan, transaksi perbankan, dan juga investasi.



Gambar 2.7 Aplikasi OCBC mobile  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada aplikasi *OCBC mobile*, nasabah dapat melihat portofolio dan catatan transaksi yang mencakup informasi tentang kinerja investasi dan keuangan di pasar. Selain itu, riwayat transaksi kartu kredit juga termasuk dalam aspek keuangan, memberikan gambaran lengkap mengenai aktivitas keuangan dan investasi (Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan, 2022)

### 2.3.2 Produk dan Jasa

PT Bank OCBC NISP Tbk memiliki total 229 produk dan jasa (Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan, 2022). Penulis akan menjabarkan secara singkat produk dan jasa yang dimiliki, sebagai berikut:

#### 1) *Personal Banking*

##### a. Simpanan

Menyimpan uang dalam bentuk tabungan giro dan deposito, baik dalam mata uang Rupiah maupun mata uang asing.

##### b. Kredit Konsumer

Pinjaman untuk keperluan nasabah mengenai konsumsi atau investasi.

##### c. Pembiayaan Produktif

Mendukung pengembangan bisnis melalui berbagai skema pencairan dan pembayaran.

##### d. *Credit Card*

Metode pembayaran menggunakan kartu untuk membeli jasa dan barang secara kredit.

##### e. *Bancassurance*

Perlindungan yang komprehensif bagi nasabah, cakupannya dimulai dari asuransi jiwa, kesehatan, asuransi perjalanan, dan warisan dari lembaga perusahaan asuransi.

##### f. Reksadana

Investasi jangka panjang yang dibantu kelola oleh manajer investasi yang berpengalaman.

g. Layanan *Premier Banking*

Layanan eksklusif dengan manajemen kekayaan yang komprehensif dan fasilitas yang eksklusif.

h. Layanan *Private Banking*

Layanan khusus dengan manajemen kekayaan secara holistik dan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan nasabah.

i. Layanan Perbankan Elektronik

Transaksi yang bisa dilakukan dengan berbagai media elektronik, seperti contohnya ATM, Internet Banking, Mobile Banking, dan uang elektronik yang dimiliki nasabah.



## 2) *Business Banking*

### a. *Cash Management*

Penyedia layanan untuk mengelola uang *cash*, melakukan pengiriman dana, membayar tagihan, pelunasan pajak, dan penggajian sebagai pendukung pertumbuhan bisnis.

### b. *Pembiayaan Produktif*

Penyedia pembiayaan dengan berbagai skema pencairan dan pembayaran untuk mendukung perkembangan bisnis.

### c. *Trade Finance*

Penyedia layanan perdagangan untuk mendukung transaksi ekspor/impor, penerbitan bank garansi, program rantai pasok, dan penerimaan.

### d. *Layanan Trust*

Penyedia layanan penitipan harta kepada Bank untuk dikelola sesuai dengan perjanjian kepercayaan.

### e. *Layanan Perbankan Elektronik*

Penyedia layanan transaksi perbankan melalui media elektronik, sebagai contoh mesin EDC dan juga media elektronik nasabah yaitu Internet Banking dan Mobile Banking.

## 3) *Treasury*

### a. *Foreign Exchange dan Derivative*

Merupakan produk keuangan yang berkaitan dengan pertukaran valuta asing, dirancang untuk membantu nasabah melindungi nilai transaksi atau portofolio mereka.

### b. *Debt Securities*

Meliputi obligasi yang diterbitkan oleh pemerintah dan perusahaan.

*c. Interest Rate Derivative*

Produk *swap* yang ditawarkan Bank untuk nasabah agar melindungi nilai dari pinjaman atau portofolio mereka terkait suku bunga.

*d. Structured Product*

Investasi yang terdiri dari bermacam-macam instrumen, dengan tingkata risiko yang bermacam- macam, termasuk perlindungan atas nilai pokok atau tanpa perlindungan atas nilai pokok.

4) *Sharia Banking*

a. Penghimpunan Dana Syariah

Melibatkan instrumen tabungan, giro, dan deposito yang disusun berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, baik dalam mata uang Rupiah maupun mata uang asing.

b. Penyaluran Dana Retail Syariah

Pengalokasian dana untuk pembiayaan kredit kepemilikan rumah dan kendaraan bermotor, dengan mematuhi prinsip-prinsip Syariah.

c. Penyaluran Dana Produktif Syariah

Dilakukan untuk mendukung proyek-proyek produktif dengan bermacam-macam metode pencairan dan pembayaran yang sesuai dengan prinsip Syariah.

d. *Bancassurance* Syariah

Proteksi jiwa kepada nasabah, disertai manfaat investasi yang disusun berdasarkan prinsip-prinsip Syariah.

e. Layanan Kustodian

Disediakan untuk menyimpan dan menyelesaikan efek nasabah.

5) *Partnership*

Untuk menjalankan usaha bisnis dan mencapai target yang telah ditetapkan, OCBC bekerja sama dengan berbagai lembaga usaha, lembaga domestik maupun internasional. Kerja sama ini bertujuan untuk menyediakan berbagai macam layanan produk-

produk keuangan dan pilihan akses transaksi terbaik kepada nasabah. Bentuk kerja sama tersebut termasuk:

- a. Bekerjasama dengan berbagai perusahaan asuransi untuk menawarkan produk *bancassurance*.
- b. Menggandeng beberapa Manajer Investasi untuk menghadirkan produk investasi.
- c. Menyediakan layanan jaringan dan kartu, termasuk ATM Bersama, Prima, GPN, MEPS, OCBC Bank, VISA, dan Mastercard, untuk memperluas jangkauan produk Bank berbasis kartu.
- d. Berkolaborasi dengan lembaga ternama dalam kegiatan pengiriman uang.
- e. Pendistribusian kredit/pembiayaan kepemilikan properti melalui kemitraan dengan pengembang, agen properti, dan saluran lainnya, baik dalam skala nasional maupun internasional.
- f. Kerjasama lainnya yang dilakukan oleh Bank untuk memperluas bisnis dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan.

### **2.3.3 Partner PT Bank OCBC NISP Tbk**

PT Bank OCBC NISP Tbk bekerja sama dengan lembaga lain dalam upaya pengembangan produk dan layanan perbankan (OCBC, n.d.). Penulis akan menjabarkan perusahaan yang menjadi partner PT Bank OCBC NISP Tbk, sebagai berikut:

#### **1) Partner Kartu Kredit**

PT Bank OCBC NISP Tbk menggandeng cekaja.com sebagai partner kartu kredit.

#### **2) Partner Kepemilikan Rumah**

Partner untuk produk kepemilikan rumah adalah:

- a. Cekaja.com
- b. Kpr.online
- c. Loan Market

- d. Urban Ace
  - e. JITU
- 3) Partner *On Cash Loan*
- Partner untuk *On Cash Loan*:
- a. Cekaja.com
  - b. Cermati
- 4) Partner *Bancassurance*
- Partner untuk *bancassurance*:
- a. *Great Eastern*
  - b. *Allianz*
  - c. *Sompo Insurance*
  - d. *Tokio Marine Insurance Group*
  - e. *Avrist Advancing Life*
- 5) Partner Reksa Dana
- Partner PT Bank OCBC NISP Tbk untuk produk reksa dana adalah
- a. BNP Paribas Asset Management
  - b. Batavia Prosperindo Aset Manajemen
  - c. Manulife Investment Management
  - d. Schroders
  - e. Mandiri Investasi
  - f. Ashmore
  - g. Allianz Global Investors

#### **2.3.4 Desain PT Bank OCBC NISP Tbk**

Hasil desain PT Bank OCBC NISP Tbk dapat ditemukan di beberapa *platform* sosial media seperti Facebook, Instagram, Youtube, website resmi, dan aplikasi OCBC mobile. Pada akun Facebook (@ocbcbankid) dapat dilihat konten *carousel* yang diunggah memiliki konten yang beragam, seperti edukasi keuangan, promosi kartu kredit, dan promosi *event* yang sedang berlangsung. Salah satu desain promosi kartu kredit yang diunggah pada *platform* Facebook adalah seperti berikut.



Gambar 2.8 Unggahan Desain pada akun Facebook PT Bank OCBC NISP Tbk  
 Sumber: [https://www.facebook.com/ocbcbankid/mentions?locale=id\\_ID](https://www.facebook.com/ocbcbankid/mentions?locale=id_ID)

Pada *platform* Instagram, PT Bank OCBC NISP Tbk memiliki beberapa akun Instagram, salah satu akun Instagramnya adalah @ocbc\_indonesia. Desain pada akun Instagram dapat dilihat lebih eksploratif dan tidak menggunakan *template*, sehingga desain yang diciptakan dapat terlihat lebih dinamis dan beragam.



Gambar 2.9 Unggahan Desain pada akun Instagram PT Bank OCBC NISP Tbk  
 Sumber: [https://www.instagram.com/ocbc\\_indonesia/](https://www.instagram.com/ocbc_indonesia/)

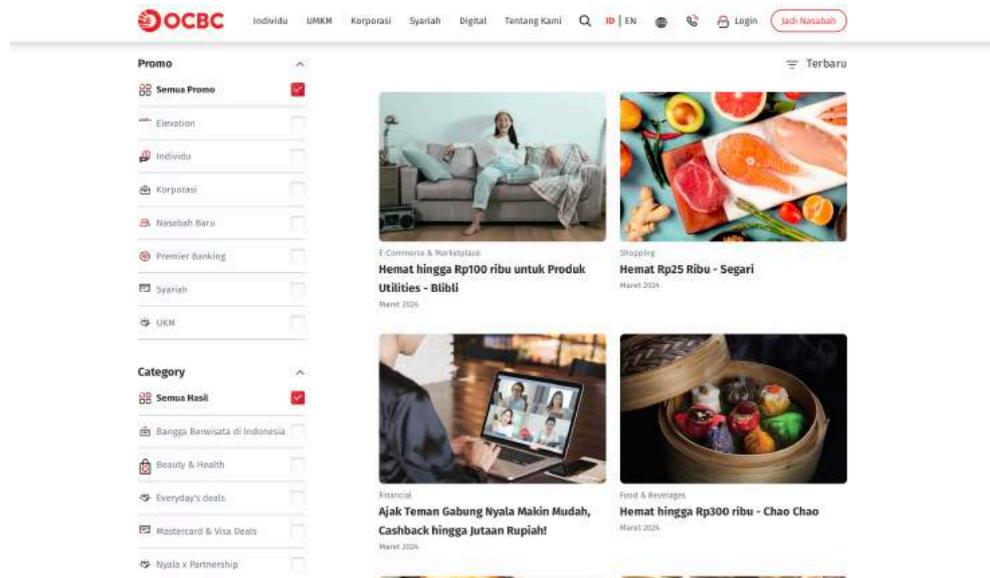
Tidak hanya desain yang statis, ada juga beberapa desain dengan *output video* dan juga *motion graphic*. Desain pada akun Instagram @ocbc\_indonesia cenderung menggunakan teknik *digital imaging* dan 3D desain. Di bawah ini adalah beberapa unggahan desain pada akun Instagram @ocbc\_indonesia. Selain unggahan desain pada platform Facebook dan Instagram, PT Bank OCBC NISP Tbk juga memiliki channel Youtube (@ocbc\_indonesia) yang berisi video *podcast* edukasi, komedi, dan *event* yang berlangsung. Konten yang diunggah berisi topik sehari-hari agar penonton dapat merasa *relate* dengan pembahasannya.



Gambar 2.10 Unggahan Desain pada akun Youtube PT Bank OCBC NISP Tbk  
 Sumber: [https://www.youtube.com/@OCBC\\_Indonesia/videos](https://www.youtube.com/@OCBC_Indonesia/videos)

Desain yang ditampilkan pada *thumbnail* sangat beragam. Ada *thumbnail* yang memiliki kesan minimalis, namun ada juga *thumbnail* yang dibuat menggunakan teknik *digital imaging* dan kolase. Desain-desain yang dibuat mempertimbangkan *readability* agar dapat terbaca dengan jelas. Kemudian, pada situs resmi PT Bank OCBC NISP Tbk (ocbc.id), dapat dilihat *banner-banner* yang terpampang. *Banner-banner* desain dibuat untuk menginformasikan program, *event*, promosi, dan juga

produk apa saja yang dimiliki oleh perusahaan untuk para pengguna atau pembaca.



Gambar 2.11 Contoh *Banner* pada Situs PT Bank OCBC NISP Tbk  
Sumber: <https://www.ocbc.id/id/promo>

Pada situs *banner*, desain dibuat secara minimalis agar informasi dapat terbaca dengan jelas. Terdapat beberapa *banner* yang hanya menggunakan foto dan ada juga beberapa *banner* yang menyertakan tulisan di dalamnya. Selanjutnya, dalam aplikasi OCBC mobile terdapat *banner-banner* yang menginformasikan promosi, *event*, dan produk perusahaan. Pada banner aplikasi OCBC mobile, desain yang digunakan memiliki kesamaan penggunaan *template*.



Gambar 2.12 Contoh *Banner* pada Aplikasi OCBC mobile  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain dengan *two-column grid*, dimana satu *column* untuk foto dan satu *column* untuk tipografi. Pada *banner* aplikasi sering menggunakan warna merah sebagai warna khas OCBC. Warna lain seperti coklat dan abu-abu digunakan untuk produk khusus seperti *premier banking* dan *private banking*.