

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Bank OCBC Indonesia, merupakan salah satu bank yang masih aktif beroperasi di Indonesia dan merupakan salah satu bank tertua yang ada di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Bank OCBC Indonesia

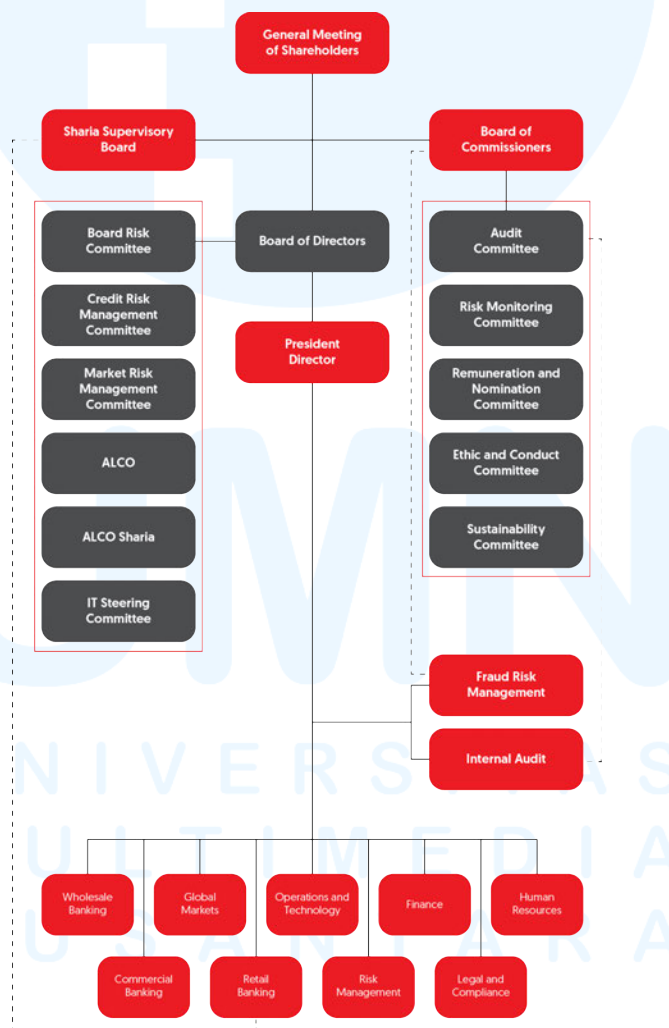
Bank OCBC Indonesia pertamakali berdiri pada tanggal 4 April 1941 di Kota Bandung dengan nama NV Nederlandsch Indische Spaar En Deposito Bank, namun sejak berdirinya Bank OCBC Indonesia, telah menjalani banyak perubahan dan penyesuaian, yang dapat dilihat pada tahun 1972 bank ini merubah namanya menjadi Nilai Inti Sari Penyimpan (NISP), dan pada tahun 1978 mereka menetapkan NISP sebagai nama bank secara utuh dan bukan sebagai singkatan. Pada tahun 1997 Bank OCBC Singapura bergabung dengan Bank NISP sebagai partner di Indonesia, untuk pendirian Bank OCBC NISP, dan seiring berjalannya waktu Bank OCBC Singapura menaikkan saham mereka menjadi mayoritas, hingga pada tahun 2008 ditetapkan bahwa Bank NISP telah berubah menjadi Bank OCBC NISP untuk kerja sama antara Bank NISP dan Bank OCBC dalam jangka yang lebih panjang. Nama Bank OCBC NISP sangat terkenal seiring perkembangan zaman dan berjalannya waktu, dan hingga pada tahun 2023 Bank OCBC NISP kembali melakukan penyesuaian dengan menggunakan 'OCBC' sebagai mereka dan logo baru untuk menandai perjalanan awal yang baru.

Bank OCBC Indonesia berada dibawah PT Bank OCBC NISP Tbk. Bank OCBC Indonesia memiliki misi untuk menjadi mitra terpercaya untuk

meningkatkan kualitas hidup melalui solusi yang inovatif dan relevan, membangun kolaborasi yang saling menguntungkan berdasarkan kepercayaan dan kehati-hatian, serta menciptakan lingkungan yang progresif dengan semangat kekeluargaan, yang merupakan visi dari Bank OCBC Indonesia.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan bagan organisasi yang dimiliki oleh PT Bank OCBC NISP Tbk. PT Bank OCBC NISP Tbk memiliki beberapa divisi, seperti *Wholesale Banking, Global Markets, Operations and Technology, Finance, Human Resources, Commercial Banking, Retail Banking, Risk Management, dan Legal and Compliance.*



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi PT Bank OCBC NISP Tbk

Berdasarkan struktur organisasi PT Bank OCBC NISP Tbk diatas, penulis diposisikan didalam *Retail Banking*, dimana didalamnya terdapat *Retail Proposition Division*, yang dibagi menjadi 6 departemen, yang salah satunya merupakan *Development and Support Department*.

## **2.3 Portfolio Perusahaan**

Selama PT Bank OCBC NISP Tbk berdiri, Bank OCBC Indonesia telah banyak menghasilkan karya, program, dan menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan. Berikut merupakan portfolio PT Bank OCBC NISP Tbk yang dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu kemitraan, kegiatan, dan penghargaan.

### **2.3.1 Kemitraan PT Bank OCBC NISP Tbk**

Bank OCBC Indonesia telah menjalin banyak kerjasama untuk meningkatkan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan Bank OCBC Indonesia. Kerjasama yang dijalin dapat dinikmati oleh nasabah secara langsung ataupun tidak, seperti Bank OCBC Indonesia yang bekerjasama dengan Cekaja.com untuk layanan kartu kredit. Kerjasama juga dijalin dengan Kpr Online, Loan Market, Urban Ace, dan Cekaja.com untuk layanan kredit kepemilikan rumah. Untuk layanan asuransi Bank OCBC Indonesia juga menjalin hubungan kerjasam dengan beberapa perusahaan terkenal yang bergerak dalam bidang tersebut, seperti Great Eastern, Allianz, Sampo Insurance, Tokio Marine, dan Avrist. Bank OCBC Indonesia juga memiliki produk reksa dana yang dalam prosesnya bekerja sama dengan Manulife, Schroders, Allianz, Mandiri, dan masih banyak lagi.

Selain kerja sama diatas, Bank OCBC Indonesia juga menjalin kerja sama dengan beberapa merek-merek untuk menghadirkan berbagai tawaran dan diskon untuk nasabah Bank OCBC Indonesia, beberapa diantaranya adalah Tomoro Coffee, XXI Café, The Bath Box, Gokana, IM3, Kopi Kenangan, Bluebird, dan lain-lain. Kerjasama yang dijalin selalu bertambah dari periode ke periodenya, sehingga dapat selalu menyediakan penawaran-penawaran yang menarik dan dapat dinikmati oleh setiap orang.

### 2.3.2 Produk dan Jasa PT Bank OCBC NISP Tbk

Selama PT Bank OCBC NISP Tbk berdiri, sudah banyak produk dan jasa yang ditawarkan untuk menarik perhatian target nasabah, sehingga tertarik untuk bergabung bersama Bank OCBC Indonesia. Hingga tahun 2023 terhitung sebanyak 239 produk dan jasa telah disediakan oleh PT Bank OCBC NISP Indonesia Tbk yang dapat dibagi menjadi 5 bagian, yaitu *Personal Banking*, *Business Banking*, *Global Markets*, *Sharia Banking*, dan *Custodian Service*.

#### 2.3.2.1 *Personal Banking*

*Personal Banking* terdiri 9 layanan yang terdiri dari Simpanan, Kredit Konsumer, Pembiayaan Produktif, Kartu Kredit, Bancassurance, Reksadana, Premier Banking, Private Banking, dan Layanan Digital.

- 1) Simpanan  
Tabungan, giro, dan deposito dalam mata uang Rupiah dan asing.
- 2) Kredit Konsumer  
Pinjaman untuk keperluan konsumsi atau investasi nasabah.
- 3) Pembiayaan Produktif  
Pembiayaan dengan berbagai jenis skema pencairan dan pembayaran untuk mendukung pertumbuhan bisnis.
- 4) Kartu Kredit  
Layanan pembayaran menggunakan kartu untuk proses transaksi barang atau jasa secara kredit.
- 5) Bancassurance  
Perlindungan jiwa, kesehatan, perjalanan, dan warisan untuk nasabah, yang bersifat *endowment* atau *unit link* dari perusahaan asuransi rekanan.

- 6) Reksadana  
Investasi jangka panjang yang dikelola secara professional oleh manajer investasi dengan pengalaman.
- 7) Premier Banking  
Layanan perbankan istimewa mencakup pengelolaan kekayaan menyeluruh dan fasilitas eksklusif.
- 8) Private Banking  
Layanan perbankan istimewa mencakup pengelolaan kekayaan secara holistik dan solusi yang menyesuaikan kebutuhan dan tujuan nasabah.
- 9) Layanan Digital  
Layanan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan Uang Elektronik.

#### **2.3.2.2 Business Banking**

*Business Banking* terdiri 5 layanan yang terdiri dari *Cash Management*, Pembayaran Produktif, *Trade Finance*, Layanan Trust, dan Layanan Digital.

- 1) Cash Management  
Tabungan, giro, dan deposito dalam mata uang Rupiah dan asing.
- 2) Pembiayaan Produktif  
Pinjaman untuk keperluan konsumsi atau investasi nasabah.
- 3) Trade Finance  
Pembiayaan dengan berbagai jenis skema pencairan dan pembayaran untuk mendukung pertumbuhan bisnis.
- 4) Layanan Trust  
Layanan pembayaran menggunakan kartu untuk proses transaksi barang atau jasa secara kredit.

5) Layanan Digital

Perlindungan jiwa, kesehatan, perjalanan, dan warisan untuk nasabah, yang bersifat *endowment* atau *unit link* dari perusahaan asuransi rekanan.

**2.3.2.3 Global Markets**

*Global Markets* terdiri 4 layanan yang terdiri dari *Foreign Exchange* dan *Derivative*, *Debt Securities*, *Interest Rate Derivative*, *Structured Derivative*.

1) *Foreign Exchange dan Derivative*

Produk berbasis pertukaran valuta bagi nasabah yang membutuhkan perlindungan nilai atas transaksi atau portfolionya.

2) *Debt Securities*

Produk Obligasi pemerintah dan korporasi.

3) *Interest Rate Derivative*

Produk berbasis *swap* bagi nasabah yang membutuhkan perlindungan nilai atas pinjaman atau portfolionya.

4) *Structured Product*

Produk investasi yang merupakan gabungan dari beberapa instrumen, dengan beragam tingkat resiko, baik yang memiliki perlindungan atas nilai pokok maupun yang tidak.

**2.3.2.4 Sharia Banking**

*Sharia Banking* terdiri 4 layanan yang terdiri dari Penghimpunan Dana Syariah, Penyaluran Dana Retail Syariah, Penyaluran Dana Bermotor Syariah, Bancassurance Syariah.

1) Penghimpunan Dana Syariah

Tabungan, giro, dan deposito berdasarkan akad Syariah dalam mata uang Rupiah dan asing.

- 2) Penyaluran Dana Retail Syariah  
Pembiayaan kepemilikan rumah dan kendaraan bermotor berdasarkan akad Syariah.
- 3) Penyaluran Dana Produktif Syariah  
Pembiayaan dengan berbagai jenis skema pencairan dan pembayaran berdasarkan akad Syariah.
- 4) Bancassurance Syariah  
Perlindungan jiwa untuk nasabah perorangan, yang bersifat *unit link* berdasarkan akad Syariah.

#### **2.3.2.5 Custodian Service**

Layanan untuk penyimpanan dan penyelesaian efek nasabah.

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

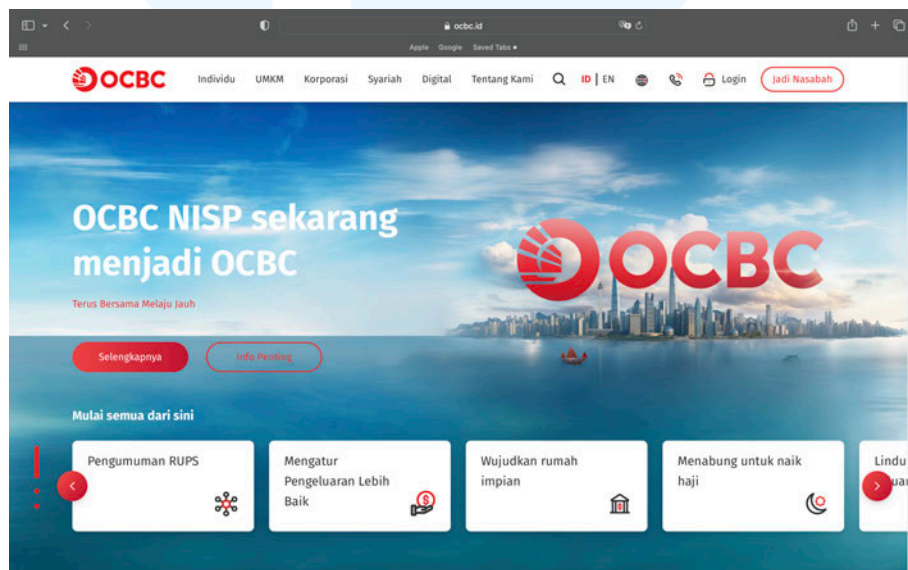
Bank OCBC Indonesia juga secara aktif selalu menghadirkan kegiatan-kegiatan baik berupa acara maupun kampanye sosial, seperti CSR yang merupakan bentuk dedikasi Bank OCBC Indonesia terhadap bangsa Indonesia untuk membantu meningkatkan kualitas hidup, terutama untuk generasi penerus bangsa, dengan bersama-sama mengambil peran secara langsung untuk terjun ke lapangan dan membantu sebagai agen perubahan demi kemajuan Indonesia. CSR Sendiri terbagi menjadi 3 fokus, yaitu Edukasi atau #DiskusiON, Kesehatan & Lingkungan atau #ONSociety, dan Kemanusiaan atau #ONSharing.

Masing-masing fokus memiliki bidangnya tersendiri, seperti #DiskusiON yang berfokus pada edukasi finansial untuk membantu masyarakat mencapai kemerdekaan secara finansial, selain itu dalam #DiskusiOn terdapat #ONPreneurship dan #Wtalks yang dapat membantu meningkatkan skill kewirausahaan, serta penyaluran beasiswa bagi mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan. #ONSociety memiliki fokus pada penanganan isu lingkungan dengan cara mengedukasi masyarakat melalui pengembangan keahlian untuk mendukung pembangunan bangsa, selain itu

melalui #ONSociety karyawan PT Bank OCBC NISP Tbk diajak untuk mendukung Gerakan pengelolaan environmental footprint dan mengajak karyawan secara aktif meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan. Terakhir #ONSharing yang berfokus pada menanggapi peristiwa bencana, dengan cara memberi dukungan sosial mulai dari membantu pembangunan fasilitas umum di lokasi bencana hingga memberikan bantuan seperti sembako dan APD pada korban bencana.

#### 2.3.4 Desain PT Bank OCBC NISP Tbk

PT Bank OCBC NISP Tbk memiliki desain dengan gaya khas mereka sendiri yang sudah diatur dalam *brand guidelines* yang dimiliki oleh Bank OCBC Indonesia. *Brand guidelines* ini digunakan untuk mengatur desain-desain yang dibuat oleh Bank OCBC Indonesia untuk keperluan komunikasi baik internal maupun eksternal, serta kebutuhan *marketing*.

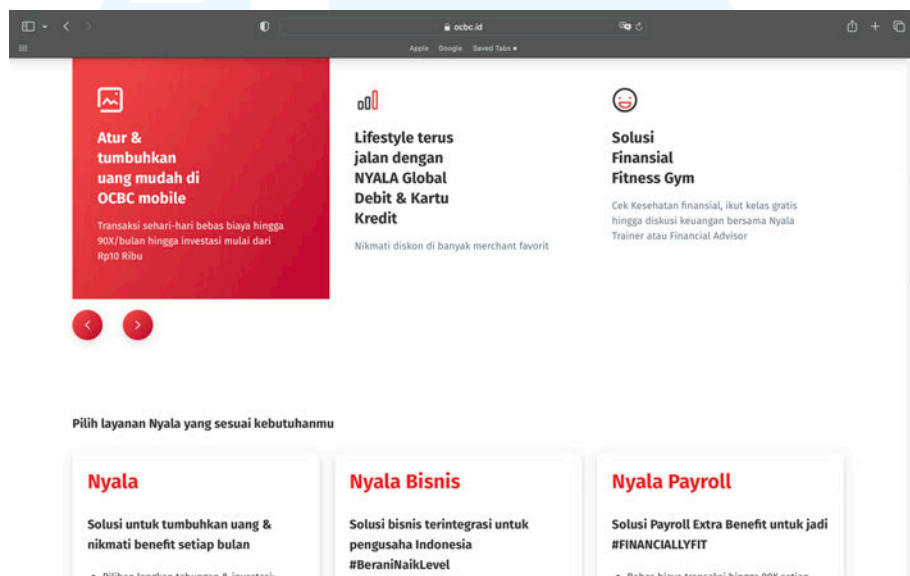


Gambar 2.3 Tampilan *Dashboard Website* Bank OCBC Indonesia

Beberapa contoh desain yang dapat dilihat adalah melalui *website* Bank OCBC Indonesia, <https://www.ocbc.id/id>, yang merupakan halaman *website* resmi yang dimiliki dan digunakan untuk mengkomunikasikan informasi kepada eksternal. Dari halaman depan *website* dapat terlihat bahwa gaya visual OCBC lebih kuat pada penggunaan *imagery*, seperti foto yang



dipadukan dengan *typography* Geomanist, yang merupakan identitas dari Bank OCBC Indonesia, serta penggunaan kombinasi warna merah, putih, dan abu-abu pada beberapa bagian, warna merah juga memiliki peran yang penting dalam identitas *brand* Bank OCBC Indonesia, karena merupakan salah satu ciri khas yang dikenali dari Bank OCBC Indonesia oleh masyarakat.



Gambar 2.4 Tampilan Menu *Website* Bank OCBC Indonesia

Untuk menyampaikan informasi dengan efektif dan efisien dari *website* Bank OCBC Indonesia dapat dilihat bahwa desain yang digunakan memiliki *layout* yang minimalis, *clean*, dan rapi. Penggunaan warna-warna yang kontras dan kombinasi ukuran *font* juga membantu untuk mengidentifikasi informasi-informasi yang penting dari sebuah menu, dan bantuan *imagery* berupa ilustrasi *lineart* yang membantu komunikasi dari informasi lebih mudah dipahami. Selain *website* desain dari Bank OCBC Indonesia juga dapat dilihat melalui media sosial, yaitu Instagram, yang merupakan salah satu media sosial Bank OCBC Indonesia yang paling aktif beroperasi saat ini.



Gambar 2.5 Instagram Bank OCBC Indonesia

Berbeda dari *website* Bank OCBC Indonesia, pada media sosial Instagram desain yang digunakan lebih dinamis dan bebas, hal ini karena Bank OCBC Indonesia juga perlu mempublikasikan beberapa kerja sama dengan perusahaan, acara, atau kegiatan lain, sehingga secara desain juga perlu disesuaikan, selain itu komunikasi melalui media sosial terkesan lebih *playful* dengan teknik *digital imaging* dan *layout* yang digunakan lebih fleksibel. Namun meskipun memiliki perbedaan antara desain pada *website* dan Instagram, terdapat persamaan seperti penggunaan *typography*, warna, dan gabungan *imagery* dengan teks, yang merupakan garis besar dari *brand guidelines* Bank OCBC Indonesia, serta penggunaan warna merah yang merupakan ciri khas dari OCBC Indonesia, sehingga meskipun memiliki hasil desain yang berbeda seluruh media Bank OCBC Indonesia tetap memiliki benang merah yang sama yang membantu identifikasi *brand*.

### **2.3.5 Penghargaan PT Bank OCBC NISP Tbk**

Melihat banyaknya program, layanan, dan nasabah yang bergabung dengan Bank OCBC Indonesia, tentunya Bank OCBC Indonesia sudah banyak mendapatkan penghargaan. Pada tahun 2022 Bank OCBC Indonesia telah menerima kurang lebih 60 penghargaan baik berskala nasional maupun internasional.

Pada tahun 2022 Bank OCBC Indonesia mendapatkan Platinum Award sebagai The Best Sales Marketing for Public Companies yang diberikan oleh 5th Indonesia Sales & Marketing Awards 2022. OCBC juga telah mempertahankan penghargaan The Banker London selama empat tahun berturut-turut dari tahun 2018 hingga 2022. Produk Multicurrency Bank OCBC Indonesia memenangkan penghargaan The Asian Banker Indonesia Awards 2022. Bank OCBC Indonesia juga menerima penghargaan dari Asiamoney Asia Private Banking Awards 2022 sebagai Best for Wealth Transfer/Succession Planning In Indonesia 2022. Terdapat lebih dari 200 penghargaan yang diterima oleh Bank OCBC Indonesia terhitung sejak 2011 hingga 2022.

