

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Bank_Central_Asia.svg

PT Bank Central Asia Tbk merupakan salah satu perusahaan bank terbesar di Indonesia. Perjalanan BCA dimulai dari tahun 1957 dimana pada saat itu Soedono Salim mengubah nama dan jenis bisnis perusahaannya yang dari sebelumnya bernama NV Perseroan Dagang dan Industri Semarang *Knitting Factory* yang merupakan pabrik rajut menjadi NV Bank Central Asia menjadi bisnis perbankan dan memindahkan kantor pusat ke Semarang. Pada tahun 1975 NV Bank Central Asia resmi mengubah nama menjadi PT Bank Central Asia. Perjalanan BCA terus berlanjut dan pada Selanjutnya pada 1977 Bank BCA melakukan merger dengan dua bank lain. Salah satunya Bank Gemari milik Yayasan Kesejahteraan Angkatan Bersenjata Republik Indonesia. Merger ini membuat BCA menjadi bank devisa.

Pada tahun 1980-an, BCA terus memperluas jaringan kantor cabang secara agresif sejalan dengan deregulasi sektor perbankan di Indonesia. BCA mengembangkan berbagai produk dan layanan maupun pengembangan teknologi informasi, dengan menerapkan online system untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan Tabungan Hari Depan (Tahapan) BCA. Ekspansi BCA terus berlanjut hingga tahun 1990-an dimana BA mengembangkan jaringan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) secara intensif untuk memperluas jangkauan perusahaan.

Pada tahun 1998, Indonesia mengalami krisis moneter yang membuat BCA mengalami bank rush atau penarikan besar – besaran sehingga BCA mengalami krisis dan membuat bank tersebut masuk dalam program rekapitalisasi dan restrukturisasi BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional). Rekapitulasi tersebut menghasilkan pemerintah Indonesia melalui BPPN menguasai 92,8 persen saham BCA. Pasca krisis moneter tahun 1998, pada periode 2000 – 2005 BCA berusaha untuk kembali mengembangkan bisnisnya dengan meluncurkan beragam produk seperti Debit BCA, Tunai BCA, hingga peningkatan kompetensi penyaluran kredit dengan ekspansi ke bidang pembiayaan mobil melalui entitas anaknya, BCA Finance.

Pada periode yang sama pula yaitu dari tahun 2000 – 2005, pemerintah mulai gencar melakukan divestasi terhadap saham BCA. Pada tahun 2000, pemerintah memutuskan untuk melakukan Penawaran Saham Publik Perdana (IPO) dengan melepas 22,5% saham BCA sehingga kepemilikan pemerintah berkurang menjadi 70,3%. Divestasi ini kembali berlanjut dengan *secondary public offering* yang mengurangi kepemilikan pemerintah menjadi 60,3%. Pada tahun 2002 pemerintahan Megawati memutuskan untuk melepas kepemilikan mayoritas saham BCA sebanyak 51% melalui proses tender strategic private placement dengan menawarkan saham BCA kepada beragam pembeli dari seluruh dunia. Terdapat 15 kandidat calon pembeli yang ingin menguasai saham BCA. Perlahan, 15 calon tersebut mengerucut menjadi 3 nama yaitu Standard Chartered Bank (terafiliasi dengan pemerintah Singapura), Perusahaan AS Farrallon yang bekerjasama dengan keluarga Hartono pemilik Djarum dan Bank Mega yang dimiliki oleh pengusaha Chairul Tanjung. Singkat cerita, pada Februari 2002 Farrallon berhasil mendapatkan BCA dengan mengeluarkan biaya sebesar US\$ 530 juta. Pada tahun 2004 dan 2005 ini pun, pemerintah melanjutkan aksi divestasi di saham BCA dan menjual seluruh kepemilikan di saham BCA. Pada tahun 2007, keluarga Hartono berhasil menguasai BCA setelah mengakuisisi saham Farrallon di Farindo Investment yang merupakan

perusahaan patungan Grup Djarum melalui Alaerka dan Farallon, hingga saat ini BCA masih dimiliki oleh keluarga Hartono.

Pasca dimiliki oleh Grup Djarum, BCA terus mengembangkan bisnisnya dengan meluncurkan beragam produk dan meningkatkan kualitas pelayanan perbankan. Pada tahun 2007, BCA menjadi pelopor dalam menawarkan produk KPR dengan suku bunga tetap. BCA juga terus membangun keunggulan di bidang perbankan transaksi dengan meluncurkan kartu prabayar, *Flazz Card*, serta menawarkan layanan *Weekend Banking*. Pada tahun 2008 – 2009, BCA terus secara proaktif mengelola penyaluran kredit sekaligus tetap membangun kompetensi utama sebagai perbankan transaksi terdepan. BCA juga telah menyelesaikan membangun *mirroring IT system* untuk memperkuat kelangsungan usaha dan meminimalisasi risiko operasional. Pada tahun 2010 – 2013, BCA memasuki lini bisnis baru dengan mengembangkan bisnis perbankan Syariah, pembiayaan sepeda motor, asuransi umum dan sekuritas. BCA juga terus meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan dengan mengembangkan aplikasi *mobile banking* dan pengembangan konsep baru yaitu *Electronic Banking Center*.

Pada tahun 2014 – 2016, BCA juga terus giat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan transaksi mereka dengan mengembangkan myBCA, BCA juga semakin mengukuhkan posisinya di bidang pembiayaan sepeda motor serta mendapatkan izin untuk memberikan layanan asuransi jiwa. Pada tahun 2017 – 2018, Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi BCA juga tak luput dari adaptasi dan pemanfaatan teknologi dimana BCA terus mengembangkan layanan perbankan mereka dengan melakukan kerjasama dengan *E-commerce* dan semakin mengembangkan *cashless payment* mereka dengan menggunakan *QR code*. Pada periode 2019 – 2021, BCA terus mengembangkan layanan transaksi yang mereka miliki terutama transaksi secara digital. BCA melakukan akuisisi di PT Bank Royal dan mengubahnya menjadi BCA Digital atau Blu, selain itu BCA juga meluncurkan beragam produk serta layanan online seperti Welma, Flazz 2.0, aplikasi myBCA, *Merchant BCA* dan masih banyak lagi. Pada tahun 2022 – 2023, BCA terus

mengembangkan *super apps* myBCA untuk memperkuat transaksi digital dan menghadirkan *customer experience* yang holistik melalui *omni-channel*. Kini, melalui perjalanan panjang BCA dalam industri perbankan Indonesia, BCA telah berhasil menjadi bank raksasa dengan kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia.

2.2 Visi, Misi, dan Tata Nilai Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi

- A. Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

2. Misi

- A. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan
- B. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah
- C. Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder* BCA

3. Tata Nilai

- A. Fokus pada nasabah (*Customer Focus*) : Perhatian/kepedulian yang diikuti dengan usaha memberikan layanan untuk memenuhi harapan dan/atau kebutuhan nasabah secara spesifik.
- B. Integritas (*Integrity*) : Sikap yang teguh dalam menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan, yang diikuti dengan tindakan konsisten dan konsekuen pada peran/ tugas dalam berbagai situasi dan kondisi untuk membangun kepercayaan nasabah.
- C. Kerjasama Tim (*Teamwork*) : Interaksi, sinergi, dan kolaborasi yang didasari atas pemahaman diri sendiri dan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

D. Berusaha Mencari yang Terbaik (*Continuous Pursuit of Excellence*) : Usaha berkelanjutan untuk mencapai yang terbaik guna memberikan nilai tambah bagi nasabah.

2.3 Produk & Jasa Perusahaan

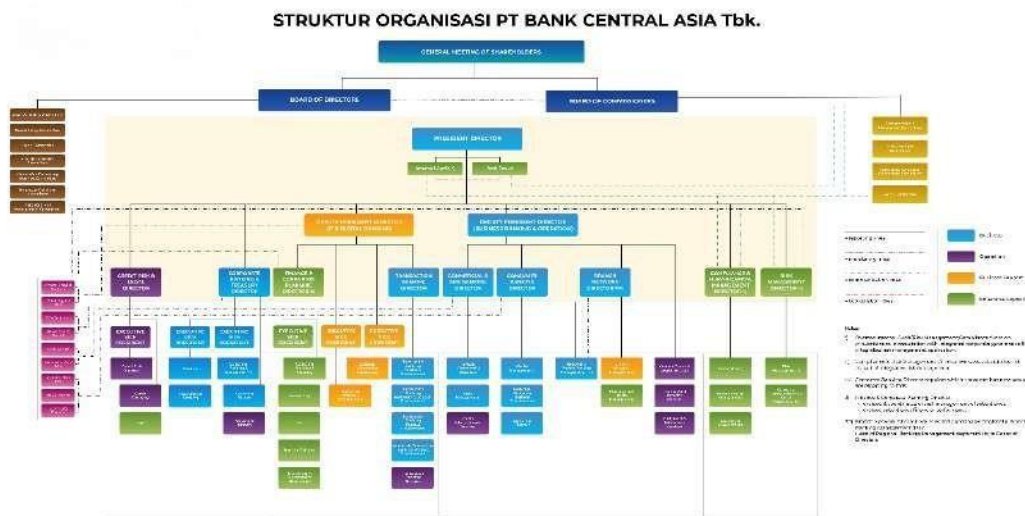
1. Produk Simpanan	Tahapan, Tahapan Xpresi, Tahapan <i>Gold</i> , Tahapan Berjangka, Tahapan Berjangka SiMuda, Tapres, Simpanan Pelajar, Tabunganku, Laku, BCA Dollar, Deposito Berjangka, Giro, e-deposito.
2. Layanan Transaksi Perbankan	<i>Safe Deposit Box, Transfer, Remittance, Collection dan Kliring, Bank Notes, Travellers' Cheque, Virtual Account, Sub Account, Payment, Auto Debit, Payroll Services, Cash Pick Up, Jasa Kustodian, Business Debit Card (BDC), Payment Gateway, STAR Teller, eBranch, eService, Modul Penerimaan Negara Generasi 3 (MPN G3), e-Billing (pembayaran pajak lokal : PPN, PPh, dan lainnya)</i>
3. Perbankan Elektronik	ATM BCA (multifungsi, dan ATM setor tarik), EDC BCA, Debit BCA, Tunai BCA, Flazz, BCA mobile, m-BCA, Internet Banking, API BCA, OneKlik, Welma, VIRA, Sakuku, BCA KlikPay, WhatsApp Bank BCA, Vindi, myBCA, BCA by Phone, Info SMS/Email, Video Banking, CS Digital, Call Center (Halo BCA), Host to Host (H2H) ERP Integration.
4. Cash Management	<i>Payable Management / Disbursement, Receivable Management / Collection</i>

	(termasuk B2B & B2C), <i>Account and Liquidity Management</i> (termasuk RDN dan RDL).
5. Kartu Kredit	BCA Card, BCA Mastercard, BCA Visa, BCA Amex, BCA JCB, BCA UnionPay
6. Produk Bancassurance	Regular Premium Unit Link, Health Protection, Life Protection, Digital, Education, Retirement, Corporate Solutions, Asuransi Umum
7. Produk Investasi Reksa Dana	Reksa Dana Pasar Uang, Reksa Dana Pendapatan Tetap IDR, Reksadana Pendapatan Tetap USD, Reksadana Campuran, Reksa Dana Saham IDR, Reksa Dana Saham USD, Reksa Dana Indeks
8. Produk Investasi	Money Market, Fixed Income
9. Fasilitas Kredit	KPR, KKB, Kredit Sindikasi, KMK, Kredit Ekspor, Trust Receipt, Kredit Investasi, Distributor Financing, Supplier Financing, Dealer Financing, Franchise Financing, Showroom Financing, Investment Financing, Business Personal Loan, KUR, Personal Loan, PBMM.
10. Standby LC / Bank Garansi	Advance Payment Guarantee, Bid Guarantee, Counter Guarantee, Custom Guarantee (P4BM), Direct Pay Guarantee, Financial Guarantee, Maintenance Fuarantee, Payment Guarantee, Performance Guarantee
11. Pembiayaan Ekspor- Impor (Trade Finance)	Inward Documentary Collection, LC Issuance, Trust Receipt, LC Forfaiting, LC Confirmation, LC Discounting, LC

		Negotiation, Letter of Guarantee, Outward Documentary Collection, Pra Export Financing (Export Loan)
12. Surat Berdokumen Negeri (SKBDN / Local LC)	Kredit Dalam	SKBDN Issuance, Trust Receipt, SKBDN Forfaiting, Letter of Guarantee, SKBDN Discounting
13. Fasilitas Valuta Asing		Cash Transaction, Derivatives / Hedging. Structured Products.

Tabel 2. 1 Produk dan Jasa BCA

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur organisasi perusahaan

Sumber : <https://www.bca.co.id/-/media/Feature/tentang-bca/struktur-organisasi/2024/20240205-Struktur-Organisasi-ID.png>

Pucuk dari struktur organisasi BCA adalah RUPS atau Rapat Umum Pemegang Saham alias pemegang saham yang membawahi dewan direksi dan dewan komisaris yang juga memiliki peran dan tanggung jawab masing – masing. BCA merupakan perusahaan besar yang memiliki banyak divisi, saat ini puncak pimpinan BCA diduki oleh Bapak Jahja Setiaatmadja sebagai Presiden Direktur

BCA yang dibantu oleh 2 orang Wakil Presiden Direktur yaitu Bapak Gregory Hendra Lembong dan Bapak Armand Wahyudi Harotono. Presiden Direktur dan Wakil Presiden Direktur membawahi 9 direktur lainnya yang memimpin masing – masing divisi yaitu kredit & hukum, perbankan korporasi & tresuri, perencanaan & keuangan, transaksi perbankan, perbankan komersial & SME, perbankan konsumen, jaringan wilayah & cabang, sumber daya manusia, serta risiko.



Penulis sendiri berkesempatan untuk menjalani kerja magang di divisi *investor relation* yang dikepalai oleh direktur perencanaan & keuangan yaitu Ibu Vera Eve Lim. Selain itu, divisi *investor relation* juga secara langsung berada di bawah *corporate secretary* BCA yaitu Bapak Raymon Yonarto dan dikepalai oleh Bapak Rudy Winarto Budiardjo.

Divisi *investor relation* merupakan divisi yang bertugas untuk memaparkan, mempublikasikan, dan menjaga relasi antara perusahaan dengan konsumen, analis, dan investor. Secara internal divisi *investor relation* memiliki tugas untuk memaparkan dan mempresentasikan analisis data terkait persaingan dengan kompetitor. Sementara secara eksternal, divisi *investor relation* bertugas untuk Dalam pelaksanaan tugasnya, divisi *investor relation* melakukan kerja sama dengan beberapa divisi lain yaitu divisi CSP (*Corporate Strategy Planning*), akuntansi, pajak, ESG (*Environment Sustainability Governance*), dan divisi riset ekonomi, perbankan, dan industri dalam hal pengumpulan dan sinkronisasi data.

Gambar 2 .3 Struktur Organisasi Divisi Perencanaan & Keuangan

Sumber : Laporan Tahunan BCA 2023

2.5 Kajian Teori

Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, tugas dari divisi investor relation adalah menjadi penghubung antara *market* (investor) dan perusahaan. Divisi *investor relation* memiliki tanggung jawab untuk mengelola relasi dan informasi atau menjadi penghubung antara sebuah perusahaan dengan *market* (investor). Begitu juga sebaliknya, divisi *investor relation* memiliki tanggung jawab untuk menjadi penghubung antara *market* (investor) dan perusahaan. Bentuk informasi yang disajikan oleh divisi *investor relation* dalam hal ini adalah kinerja keuangan sebuah perusahaan yang dipublikasikan kepada investor untuk meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi atau membeli saham perusahaan tersebut.

Menurut Amaraihu & Onodi (2018), informasi keuangan yang ditampilkan secara efektif dapat membantu proses pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan berujung pada alokasi sumber daya yang lebih baik sehingga meningkatkan kepercayaan diri seorang investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan tertentu. Hal yang sama juga disampaikan oleh Febrita & Kristanto (2019) yang melakukan penelitian terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan publik di Indonesia yang menemukan bahwa pelaporan keuangan berkualitas tinggi akan terbebas dari manipulasi laba yang mengaburkan informasi bagi investor sehingga laporan disajikan sesuai dengan kondisi perusahaan, dan apabila laporan keuangan memiliki kualitas audit yang baik berarti laporan keuangan dapat dipercaya oleh investor. Maka, oleh sebab itu peran divisi *investor relation* dalam penyampaian informasi kinerja keuangan perusahaan cukup penting untuk meningkatkan kepercayaan investor.

Dalam konteks publikasi laporan keuangan, secara umum terdapat beberapa hal yang seorang investor perhatikan yang mampu meningkatkan kepercayaan investor tersebut saat membaca laporan keuangan, salah satu bagian yang paling sering diperhatikan adalah rasio. Rasio merupakan metrik yang cukup penting karena apabila sebuah perusahaan memiliki nilai rasio yang bagus maka tidak jarang hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap

perusahaan tersebut. Rasio perusahaan sendiri secara garis besar terdiri dari 3 yaitu rasio solvabilitas, rasio likuiditas, dan rasio profitabilitas.

Meskipun begitu terdapat sedikit perbedaan jika kita membahas rasio dari perusahaan biasa dengan perusahaan bank. Sebagai contoh, menurut Aryani et al. (2024) yang melakukan penelitian tentang pengaruh DER terhadap harga saham sektor industri barang konsumsi menemukan bahwa DER secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan. DER merupakan rasio yang membandingkan liabilitas dan ekuitas suatu perusahaan, dalam sektor perbankan rasio tersebut tidak akan bisa digunakan untuk dianalisa karena dana pihak ketiga atau dana masyarakat yang diterima oleh bank akan dianggap sebagai liabilitas, padahal dana pihak ketiga tersebut sangat penting bagi perbankan karena dana tersebut yang nantinya akan digunakan untuk menyalurkan kredit (kredit dicatat sebagai aset) oleh karena itu rasio DER di sektor perbankan secara pasti akan lebih tinggi dibandingkan perusahaan pada umumnya dan menjadi tidak relevan. Di satu sisi, metrik yang mungkin lebih tepat digunakan adalah metrik – metrik seperti NPL, LDR, NIM, BOPO, CAR, ROA, CIR, LAR dan beberapa metrik perbankan lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho & Rachmaniyah (2020) yang meneliti pengaruh LDR, NIM, NPL, dan BOPO terhadap harga saham BBRI menemukan bahwa LDR, NIM, NPL, dan BOPO secara parsial mempengaruhi harga saham BBRI.