

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bank OCBC Indonesia, atau *Oversea-Chinese Banking Corporation*, merupakan salah satu institusi keuangan terkemuka di Asia dengan sejarah panjang yang dimulai pada tahun 1932 di Singapura. Bank ini memiliki reputasi yang kuat dan diakui sebagai salah satu bank terbaik di dunia. Mendapat peringkat Aa1 dari Moody's serta AA- dari Fitch dan S&P, Bank OCBC Indonesia dikenal karena kekuatan dan stabilitas keuangannya. Bank ini secara konsisten masuk dalam daftar 50 Bank Teraman di Dunia menurut *Global Finance* dan telah meraih gelar *Best Managed Bank* di Singapura oleh *The Asian Banker*. Sejak didirikan, Bank OCBC Indonesia telah menjadi salah satu pemain utama di pasar keuangan Asia dengan kehadiran yang luas di berbagai negara seperti Malaysia, Indonesia, Tiongkok, dan wilayah Asia Pasifik lainnya. Bank ini menawarkan berbagai layanan keuangan mulai dari perbankan ritel hingga korporat, dan perbankan investasi, serta dikenal karena komitmennya terhadap inovasi dan teknologi dalam layanan keuangan.

Bank OCBC Indonesia berawal dari pendiriannya di Bandung pada tahun 1941 dengan nama *Nederlandsch Indische Spaar en Deposito Bank*. Pada tanggal 30 September 2023, Bank OCBC Indonesia telah mengembangkan layanannya melalui 199 kantor yang tersebar di 54 kota di Indonesia. Selain layanan fisik, Bank OCBC Indonesia juga melayani nasabah melalui berbagai channel digital, termasuk mobile banking dan internet banking, baik untuk individu maupun korporasi. Dengan peringkat kredit tertinggi di Indonesia, yaitu peringkat AAA(idn)/stabil dari PT Fitch Ratings Indonesia, Bank OCBC Indonesia menegaskan posisinya sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia.

Awal mula bank ini dikenal dengan Bank OCBC NISP. Tetapi pada tanggal 14 November 2023, Bank OCBC NISP secara resmi meluncurkan merek dan logo terbaru, yaitu hanya 'OCBC' tanpa NISP lagi. Meskipun mengalami perubahan

dalam merek dan logo, nama legal bank tetap PT Bank OCBC NISP Tbk. Perubahan serupa sebelumnya telah diumumkan di Singapura, Malaysia, Hong Kong, dan Macau pada 3 Juli 2023. Dengan menggunakan merek dan logo yang sama di semua negara, Bank OCBC Indonesia bertujuan untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih komprehensif dengan memanfaatkan sinergi antar negara melalui kekuatan OCBC Group serta pengetahuan dan nilai budaya lokal. Peluncuran tersebut diperingati melalui acara '*OCBC Experience: Supporting Indonesia to the Global Stage*', yang dihadiri oleh pemikir dan pakar terkemuka untuk berbagi wawasan dan pengetahuan relevan dengan industri keuangan saat ini.

Logo terakhir Bank OCBC Indonesia diperbarui pada tahun 2008, seiring dengan Bank OCBC Indonesia menjadi pemegang saham mayoritas. Dalam kesesuaian dengan logo baru, bank juga memperkenalkan tagline baru: "*For now, and beyond*" (Terus Bersama, Melaju Jauh). Tagline tersebut mencerminkan sikap Bank OCBC Indonesia yang selalu mempertimbangkan pandangan jangka panjang dalam setiap transaksi dan investasi, serta komitmennya untuk memberikan dampak yang berkelanjutan bagi dunia yang lebih baik, tidak hanya untuk saat ini tetapi juga untuk masa depan.



Gambar 2.1 Logo OCBC

Sumber : Logo OCBC

Inovasi adalah salah satu pilar utama dari Bank OCBC Indonesia yang tercermin dalam fokusnya terhadap teknologi dalam menyediakan solusi keuangan yang modern dan efisien bagi nasabahnya. Bank OCBC Indonesia telah memperkenalkan berbagai inisiatif teknologi termasuk platform perbankan digital yang canggih, aplikasi perbankan seluler, dan layanan perbankan online yang

memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan keuangan mereka dengan mudah dan nyaman di manapun mereka berada. Selain itu, Bank OCBC Indonesia juga aktif dalam mendukung transformasi digital di seluruh industri keuangan dengan berinvestasi dalam teknologi FinTech dan kolaborasi dengan perusahaan teknologi untuk menghadirkan solusi inovatif bagi nasabahnya.

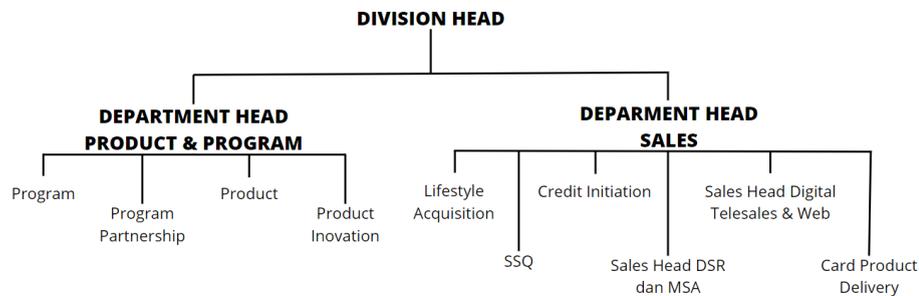
Selain menjadi pemimpin dalam inovasi dan teknologi keuangan, Bank OCBC Indonesia juga menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan keberlanjutan lingkungan. Bank ini terlibat dalam berbagai inisiatif CSR yang berfokus pada pendidikan, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat, serta telah mengambil langkah-langkah untuk mengurangi dampak lingkungannya dengan mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Dengan demikian, Bank OCBC Indonesia tidak hanya dikenal sebagai pemimpin dalam industri keuangan Asia, tetapi juga sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab dalam memperjuangkan keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat secara luas.

2.1.1 Visi Misi

Visi Bank OCBC Indonesia adalah menjadi mitra terpercaya untuk meningkatkan kualitas hidup. Sedangkan misinya untuk memberikan solusi yang inovatif dan relevan melebihi harapan para pemangku kepentingan, membangun kolaborasi yang saling menguntungkan berlandaskan kepercayaan dan kehati-hatian, serta menciptakan lingkungan yang progresif dengan semangat kekeluargaan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

STRUKTUR DIVISI MALIBU



Gambar 2.2 Struktur Divisi Malibu
Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

Penulis menempati struktur divisi *Marketing Lifestyle & Business* dimana terdapat *Division Head* lalu ke *Department Head Product & Program* dan *Department Head Sales*. Masing-masing memiliki timnya sendiri masing-masing tetapi tetap berhubungan dan bekerja sama. Berikut akan penulis jabarkan secara garis besar mengenai tugas dari masing-masing tim.

1. **Division Head** : Mengembangkan strategi dari masing-masing departemen, mengelola tim agar dapat bekerja sama, memastikan penggunaan dana yang efisien dan efektif, membuat keputusan strategis yang tepat berdasarkan analisis data dan informasi yang relevan, dan memantau kinerja divisi secara berkala.
2. **Department Head Product & Program** : Merancang, mengembangkan, dan memperkenalkan produk, memimpin perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang terkait dengan produk perusahaan. Serta melakukan peluncuran produk, promosi, dan program loyalitas pelanggan.
3. **Department Head Sales** : Bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif untuk mencapai target penjualan perusahaan, memimpin dan mengelola tim penjualan, termasuk memberikan arahan, pelatihan, dan dukungan kepada anggota tim untuk mencapai tujuan

penjualan, menetapkan target penjualan untuk tim Anda dan secara teratur memantau kinerja mereka terhadap target tersebut.

4. **Program** : Membuat program yang menempel pada produk. Contohnya transaksi QRIS minimal Rp10.000 mendapatkan 1 poin seru.
5. **Program Partnership** : Membuat program dengan bekerja sama dengan merchant-merchant. Contohnya : Yoshinoya diskon 50% memakai kartu kredit Bank OCBC Indonesia .
6. **Product** : Membuat produk yang menarik di mata nasabah. Contohnya : Membuat kartu kredit lebih mudah diajukan oleh nasabah.
7. **Product Innovation** : Menginovasi produk-produk, contohnya mendigitalisasi pengajuan nasabah yang tadinya memakai form sekarang bisa pengajuan online.
8. **Lifestyle Acquisition** : Membantu dalam memenuhi kebutuhan dan mempermudah sales agar dapat mencapai target.
9. **SSQ** : Mengecek data dan dokumen pengajuan nasabah.
10. **Credit Initiation** : Mengecek BI Checking dan Income Checking nasabah pengajuan.
11. **Mobile Acquisition Head Sales & Sales Head Digital** : Mencari nasabah di booth mall-mall dan langsung ke perusahaan-perusahaan untuk menawarkan produk Bank OCBC Indonesia.
12. **Telesales Head** : Mencari nasabah dengan menelpon menawarkan produk Bank OCBC Indonesia.
13. **Card Product Delivery** : Mencetak dan mengantarkan kartu nasabah yang sudah di approve.