

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang pertama dibangun pada tahun 1957 adalah Bank Central Asia (BCA). BCA awalnya dikenal sebagai bank yang berfokus pada layanan pembiayaan untuk perdagangan, namun sekarang telah berkembang menjadi penyedia layanan perbankan untuk berbagai demografi, dimulai dari per-individu hingga perusahaan. Saat ini, BCA terus memberikan solusi perbankan digital yang inovatif, seperti internet banking dan mobile banking, untuk memenuhi kebutuhan nasabah modern. (*Sejarah BCA*, n.d.)

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

BCA didirikan dengan tujuan untuk menjadi bank terkemuka di masyarakat luas dengan menyediakan layanan dan kinerja tinggi yang melampaui ekspektasi para nasabah. Misi dari BCA adalah membangun hubungan baik dengan nasabah, memberikan layanan perbankan terbaik, dan membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui inovasi teknologi. (*Sejarah BCA*, n.d.)



Gambar 2.1 Logo BCA  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Identitas perusahaan dalam logo BCA terdiri dari beberapa komponen. Pertama merupakan latar belakang biru, yang melambangkan

stabilitas dan kepercayaan, dan bunga teratai putih, yang melambangkan kemurnian, keindahan, dan kebersihan. Semangat BCA untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan komitmen terhadap konsumen diwakili oleh simbol ini. (BCA, 2020, 5)

BCA menyediakan berbagai layanan perbankan, diantaranya seperti simpanan, kredit, e-banking, dan solusi pembayaran digital. Dengan ini, BCA dikenal sebagai bank yang mengolah berbagai jenis pinjaman, kartu kredit, BCA Mobile, dan KlikBCA. BCA pun terus berinovasi dengan dukungan 1.247 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia untuk meningkatkan akses dan kenyamanan nasabah. (BCA, 2023)

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia, yang berdiri pada tahun 1957. Pada awalnya, BCA lebih dikenal sebagai bank yang menyediakan layanan pembiayaan untuk sektor perdagangan. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia, BCA terus berkembang dan memperluas layanannya hingga mencakup berbagai sektor keuangan, dari perbankan konsumen hingga korporasi. (*Sejarah BCA*, n.d.)

Pada tahun 1998, BCA menghadapi tantangan berat saat krisis ekonomi Asia melanda Indonesia, yang membuat bank ini berada di bawah pengawasan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Meskipun mengalami masa sulit, BCA mampu bangkit kembali melalui restrukturisasi yang efektif. Pada tahun 2000, BCA berhasil menjadi perusahaan publik melalui penawaran saham perdana (IPO), yang semakin menguatkan posisinya di sektor perbankan. (Rini, 2020)

Kini, BCA menjadi salah satu pemimpin dalam sektor perbankan digital di Indonesia, dengan berbagai inovasi seperti layanan internet

banking dan mobile banking yang memudahkan transaksi nasabah. Dengan komitmen terhadap kemajuan teknologi, BCA terus memberikan solusi perbankan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

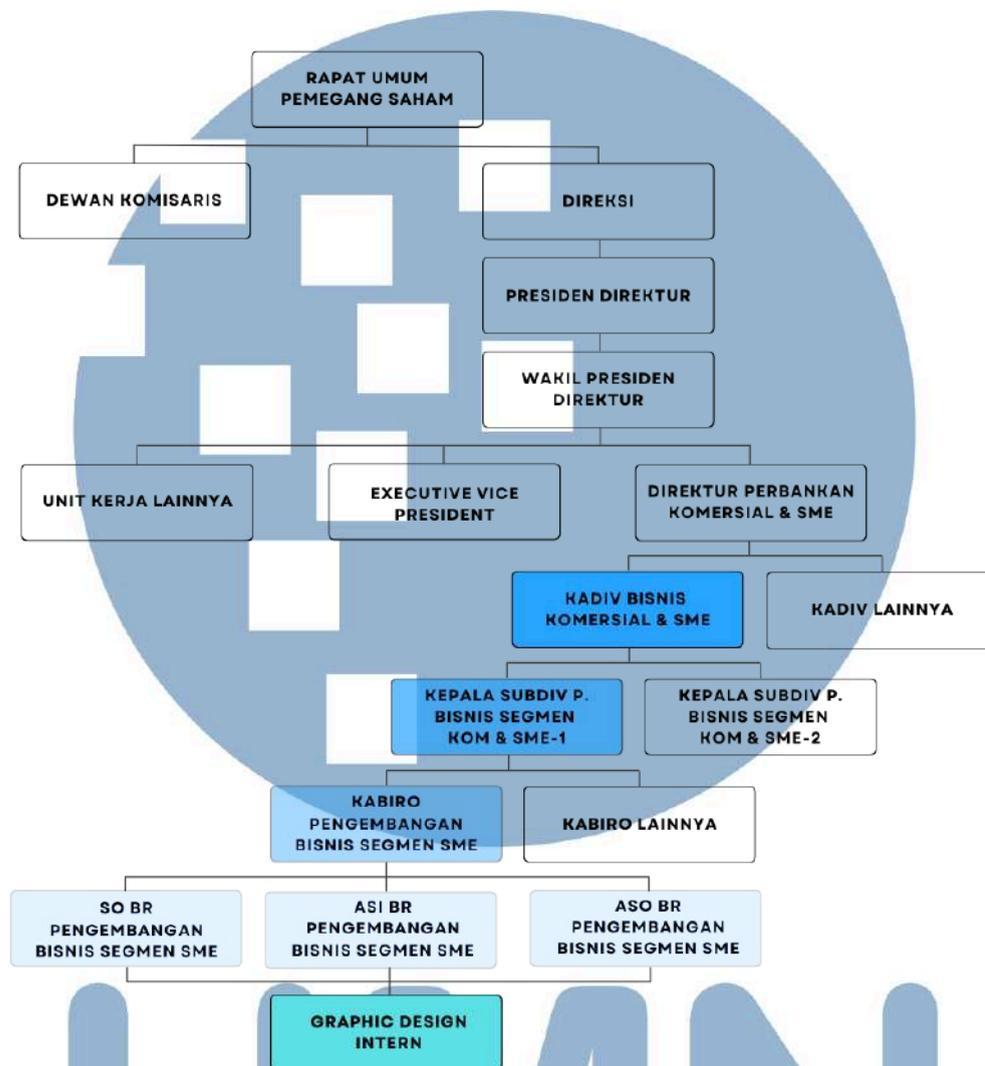
## 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Bank Central Asia (BCA) memiliki banyak divisi di berbagai bidang. Divisi dimana penulis bekerja merupakan Divisi Bisnis Komersial & SME dalam Biro Pengembangan Bisnis Segmen *Small Medium Enterprise* (SME) yang bertanggung jawab untuk beberapa tugas seperti:

1. Membuat dan menganalisa program terkait kredit SME untuk diaplikasikan di cabang
2. *Monitoring* pencapaian kredit SME
3. Menerima dan memproses pengajuan-pengajuan dispensasi yang diajukan oleh cabang
4. Membuat poster dan infografis untuk internal BCA sebagai bentuk promosi program-program ke cabang
5. Membantu menjawab pertanyaan dari cabang terkait *case-case* yang dialami

Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan BCA:

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

## 2.2 Portofolio Perusahaan

Bank Central Asia (BCA) memiliki portofolio kerja sama yang luas dengan berbagai sektor industri di Indonesia. Sejak berdiri, BCA telah membangun hubungan strategis dengan perusahaan-perusahaan terkemuka di bidang perbankan, telekomunikasi, dan ritel.

BCA sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan juga memiliki misi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat luas mengenai berbagai edukasi terkait dengan data personal yang dapat disalahgunakan jika jatuh ke tangan orang yang salah. Salah satu *output* dari upaya tersebut merupakan video edukasi “*Don’t Know? Kasih No!*”



Gambar 2.3 “ Video Edukasi “Don’t Know? Kasih No!”  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Dalam upaya meningkatkan kesadaran publik tentang keamanan data dan kejahatan siber, BCA meluncurkan gerakan "Don't Know?". “Give No!”. Gerakan ini adalah kampanye yang mendorong orang-orang untuk memutuskan apa yang harus mereka lakukan dan dengan tegas menolak ketika mereka dihadapkan pada sesuatu hal di internet yang tidak jelas sumber atau kredibilitasnya. (BCA, 2023, 55)



Gambar 2.4 Webseries BCA “Nurut Apa Kata Mama”  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

BCA tidak hanya membuat video edukasi, tetapi juga bekerja sama dengan Imajinari bersama Ernest Prakasa sebagai produser dan Muhadkly Acho sebagai sutradara. Serial web berjudul "Nurut Apa Kata Mama" merupakan cara dari BCA untuk menyampaikan pesan edukasi mengenai produk dan layanan mereka, serta tentang anti-pencurian. Seri web ini diharapkan dapat menghibur dan mengajar dengan cara yang menyenangkan dan dekat dengan masyarakat (BCA, 2023)



Gambar 2.5 Poster BCA Expo 2024  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Setiap tahun, BCA menyelenggarakan BCA Expo dengan kerjasama bersama beberapa perusahaan dan brand sebagai bentuk apresiasi perseroan kepada seluruh nasabah BCA dan masyarakat. Dalam BCA Expo 2024. Dalam expo ini, terdapat berbagai promo dan bunga khusus untuk beberapa program berikut: Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Kredit Kendaraan Bermotor (KKB), dan Kredit Sepeda Motor (KSM). Acara ini juga akan menawarkan solusi perbankan satu-stop untuk memenuhi berbagai kebutuhan perbankan.. (BCA, 2024)

Dalam rangka menyambut acara ini, Divisi Marketing Communication di BCA membuat berbagai poster promosi acara BCA Expo 2024 seperti pada

gambar 2.5 untuk menyebarkan informasi mengenai lokasi, tanggal, dan promo yang akan hadir dalam acara.

Selain portofolio diatas, BCA juga telah meraih ratusan award di berbagai bidang dari tahun ke tahun. 2 diantaranya berupa Award Tempat Kerja Terbaik di Asia Versi HR Asia Award dan Predikat World's Most Trustworthy Company”.



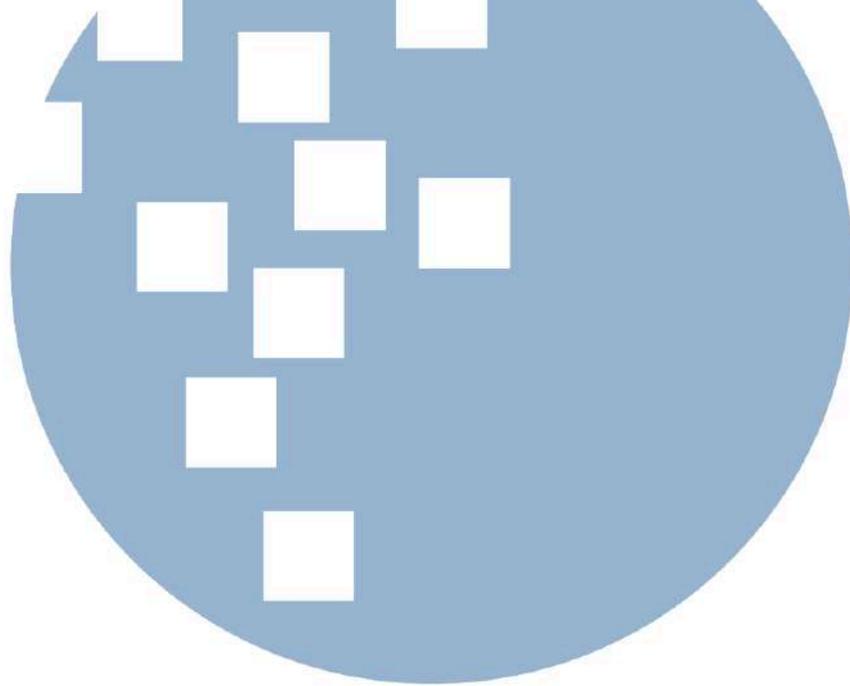
Gambar 2.6 “Award Tempat Kerja Terbaik di Asia Versi HR Asia Award”  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Selama lima tahun berturut-turut sejak 2018, BCA telah berhasil mendapatkan penghargaan *The Best Companies to Work for in Asia* dari HR Asia Award. Selain itu, pada ajang HR Asia Award 2023, BCA terpilih sebagai perusahaan yang berhasil melakukan transformasi digital dan menerima penghargaan Digital Transformation Award 2023.



Gambar 2.7 “World's Most Trustworthy Company”  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

BCA menerima penghargaan bergengsi ini sebagai "*World's Most Trustworthy Company*", atau perusahaan paling dipercaya di dunia, oleh Majalah Newsweek. Dalam kategori perbankan, BCA menduduki peringkat pertama di dunia, mengalahkan 66 bank lain dari berbagai negara.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA