

BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bank OCBC Indonesia, sebelumnya dikenal sebagai Bank OCBC NISP, merupakan salah satu bank tertua di Indonesia. Bank ini didirikan pada 4 April 1941 di Bandung dengan nama *NV Nederlandsch Indische Spaar En Deposito Bank*, dan awalnya berfokus pada layanan tabungan dan deposito [7]. Pada tahun 1972, bank ini berganti nama menjadi Nilai Inti Sari Penyimpan (NISP), dan pada tahun 1978, NISP ditetapkan sebagai nama resmi bank tanpa menjadi singkatan. Seiring perkembangannya, Bank NISP memperoleh status sebagai bank devisa pada tahun 1990, yang memungkinkannya untuk menawarkan layanan perbankan internasional [8]. Pada tahun 2005, OCBC Overseas Investments Pte. Ltd., anak perusahaan dari OCBC Bank Singapura, menjadi pemegang saham mayoritas dengan kepemilikan sebesar 85,1%. Hal ini menandai dimulainya integrasi dengan OCBC Bank. Pada tahun 2008, bank ini secara resmi berganti nama menjadi Bank OCBC NISP.



Gambar 2.1. Logo Bank OCBC Indonesia

Pada 14 November 2023, Bank OCBC NISP meluncurkan merek dan logo baru, "OCBC," seperti pada Gambar 2.1 sebagai bagian dari transformasi perusahaan. Perubahan ini mencerminkan komitmen bank untuk terus berinovasi dan memberikan layanan terbaik kepada nasabah [9]. Dengan sejarah panjang dan komitmen terhadap pertumbuhan, Bank OCBC Indonesia terus memainkan peran penting dalam industri perbankan Indonesia, menawarkan berbagai produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan nasabah individu maupun korporasi.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Bank OCBC Indonesia adalah menjadi mitra terpercaya untuk meningkatkan kualitas hidup.

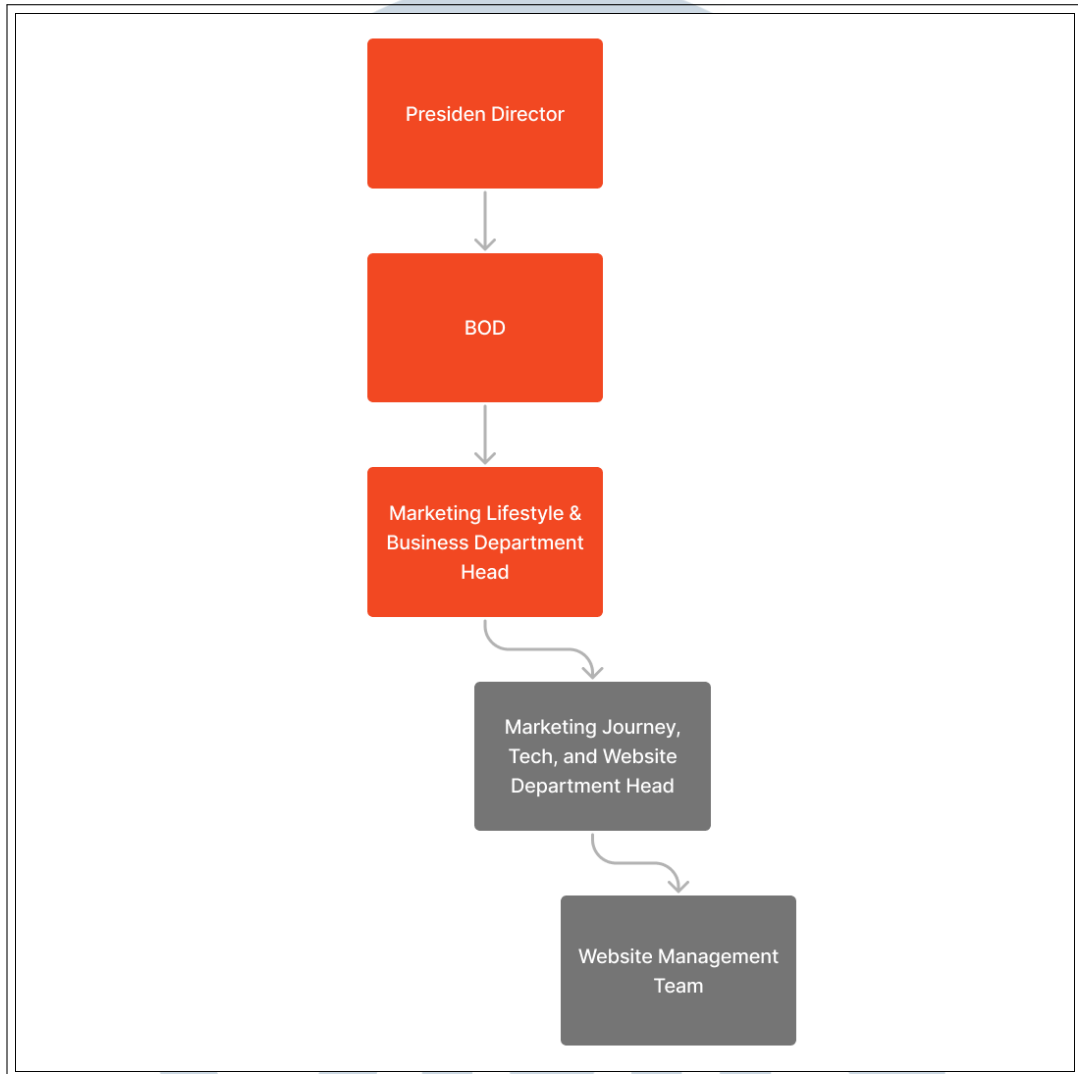
Misi Bank OCBC Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Memberikan solusi yang inovatif dan relevan melebihi harapan para pemangku kepentingan.
2. Membangun kolaborasi yang saling menguntungkan berlandaskan kepercayaan dan kehati-hatian.
3. Menciptakan lingkungan yang progresif dengan semangat kekeluargaan.

OCBC juga berusaha untuk proaktif dalam mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan yang terus berubah dari semua pemangku kepentingan. Dengan mematuhi standar integritas dan kejujuran sesuai dengan kode etik perusahaan, Bank OCBC Indonesia berkomitmen untuk membangun hubungan jangka panjang yang berkelanjutan. Pendekatan ini mendukung pencapaian pertumbuhan yang stabil sebagai satu kesatuan melalui filosofi '*One Group*' [10].



2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur organisasi OCBC Indonesia

Divisi *Marketing, Lifestyle and Business* atau yang disingkat MALIBU ini terdiri dari beberapa subdivisi yang masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Divisi, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.2. Salah satu subdivisi di dalamnya adalah *Marketing Journey, Tech & Website*.