BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk, yang biasa dikenal dengan Bank BCA merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan yang dimana BCA merupakan bank swasta yang berdiri pada tahun 1957. Bank BCA memiliki kantor pusat yang terletak pada Jakarta Pusat yaitu Menara BCA Grand Indonesia. Bank BCA juga memiliki beberapa anak perusahaan yaitu BCA Digital, BCA Finance, BCA Syariah, BCA Sekuritas, BCA Insurance, BCA Life, Central Capital Ventura, dan BCA Finance Limited. Berikut merupakan profil, dan sejarah dari perusahaan PT Bank Central Asia Tbk.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk merupakan bank swasta yang terbesar di indonesia yang berfokus dalam bidang usaha bank umum. PT Bank Central Asia Tbk memiliki komitmen yaitu "Senantiasa Di Sisi Anda" yang dimana BCA akan terus menjaga kepercayaan serta harapan nasabahnya (BCA, 2020, h.17). BCA juga memberikan berbagai solusi layanan perbankan kepada masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan yang didukung dari kekuatan jaringan tiap cabang, jaringan ATM yang luas, dan jaringan perbankan elektronik lainnya (BCA, 2020, h.17).

Gambar 2.1 Logo PT Bank Central Asia Tbk

Sumber: https://www.bca.co.id/id/tentang-bca...

PT Bank Central Asia Tbk juga memiliki visi untuk menjadi bank pilihan utama masyarakat yang dimana masyarakat memiliki peran untuk

menjadi pilar perekonomian Indonesia. BCA juga memiliki misi untuk membangun institusi yang unggul dalam bidang keuangan baik dari penyelesaian pembayaran, dan solusi keuangan yang ditujukan kepada nasabah baik nasabah bisnis maupun nasabah perseorangan. BCA juga memiliki misi untuk memberikan layanan finansial yang tepat sasaran serta memahami kebutuhan nasabah yang beragam untuk mencapai kepuasan untuk nasabah. BCA juga memiliki misi untuk memajukan nilai *stakeholder* BCA, dan nilai francais BCA.

BCA juga memiliki tata nilai yang dibagi menjadi 4 yaitu fokus pada nasabah yang dimana usaha BCA dalam memberikan layanan yang memenuhi harapan serta kebutuhan nasabah secara spesifik. Lalu pada tata nilai kedua merupakan nilai integritas yang dimana BCA menjunjung tinggi sikap kejujuran, dan keterbukaan kepada nasabah yang diikuti dengan usaha BCA yang konsisten pada peran atau tugas dalam berbagai situasi dengan tujuan untuk membangun kepercayaan kepada nasabah. Pada nilai ke tiga merupakan kerjasama tim yang dimana BCA mengutamakan interaksi serta sinergi yang didasarkan dari pemahaman individu, dan orang lain untuk mencapai satu tujuan. Pada tata nilai keempat, BCA memiliki tata nilai untuk berusaha menjadi yang terbaik yang dimana usaha BCA yang berkelanjutan untuk menjadi yang terbaik dengan tujuan untuk memberikan nilai yang lebih kepada nasabahnya.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Pada awal tahun 1955, BCA merupakan pabrik rajut yang bernama NV Perseroan Dagang Dan Industrie Semarang Knitting Factory. Dua tahun beroperasi, NV Perseroan dagang yang dipimpin oleh Soedono Salim memutuskan untuk mengganti nama, dan jenis bisnisnya menjadi NV Bank Central Asia. Pada tahun 1957, BCA mulai beroperasi serta memindahkan kantor pusat yang berawal terletak di Semarang ke Asemka Jakarta (Febriati,

2023). Dilanjuti pada 2 September 1975, NV Bank Central Asia resmi mengganti nama menjadi PT Bank Central Asia yang dimana 2 tahun kemudian BCA melakukan *merger* dengan dua bank lainnya yang menjadikan BCA menjadi sebuah bank devisa (Nugroho, 2022).

Pada tahun 1980an, BCA memperluas jaringan kantor cabang serta mengembangkan berbagai produk, dan layanan dengan menerapkan teknologi sistem *online* untuk jaringan kantor cabang. Tak hanya itu, BCA juga meluncurkan Tabungan Hari Depan atau biasa dikenal dengan Tahapan BCA yang merupakan produk simpanan yang memiliki bentuk rekening tabungan yang dilengkapi dengan Paspor BCA. Dilanjuti pada tahun 1990, BCA menghadirkan solusi yang praktis kepada masyarakat yang dimana BCA memperluas akses ATM dengan tujuan untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah. Tak hanya diperluas, ATM juga dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang inovatif (Aulia, 2025). Pada era ini BCA juga melakukan pengembangan jaringan, dan fitur pada ATM secara masif yang dimana BCA melakukan kerja sama dengan PT Telkom sebagai pembayaran tagihan telepon serta Citibank dengan tujuan untuk nasabah pemegang kartu kredit BCA dapat melakukan pembayaran tagihan melalui ATM (BCA, 2023, h.48).

Pada tahun 1997-1998, krisis moneter terjadi di Indonesia. Hal ini membuat BCA mengalami bank rush atau kondisi yang dimana nasabah berbondong-bondong melakukan penarikan uang secara besar-besaran. Hal ini membuat BCA dilakukan *bank take over* yang disertakan dalam program rekapitalisasi, dan restrukturisasi yang dijalankan oleh Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Pada tahun 1999, proses rekapitalisasi BCA resmi selesai yang dimana 92,8% saham BCA dikuasai oleh pemerintah melalui BPPN sebagai hasil dari pertukaran serta bantuan Likuiditas dari Bank Indonesia. Pada periode 2000-2005, BCA melakukan pengembangan bisnis dengan melakukan penguatan produk, dan layanan yang dimana penguatan ini difokuskan kepada layanan elektronik Bank BCA. Penguatan ini meliputi perkenalan debit BCA, tunai BCA, *internet banking* KlikBCA,

mobile banking BCA, EDCBIZZ, dan lain-lain. BCA juga mendirikan fasilitas *disaster recovery center* yang terletak di Singapura, dan melakukan peningkatan kompetensi dalam bidang penyaluran kredit serta melakukan ekspansi ke dalam bidang pembiayaan kendaraan melalui anak perusahaan BCA yaitu BCA Finance.

Pada tahun 2007, BCA menjadi pelopor dalam penawaran produk rumah dengan cara kredit yang memiliki suku bunga tetap serta BCA juga meluncurkan kartu prabayar pada tahun ini. BCA juga meluncurkan Flazz *card*, dan memberikan layanan *weekend banking* pada tahun ini dengan tujuan untuk memberikan keunggulan dalam bidang perbankan transaksi. Dilanjuti pada tahun 2008 sampai dengan 2009, BCA aktif dalam mengelola penyaluran kredit,dan posisi likuiditas yang dimana pada tahun ini terdapat situasi krisis global. BCA juga memperkuat kompetensi utama BCA sebagai bank transaksi. Pada tahun 2010 sampai dengan 2013, BCA memasuki bisnis baru dengan menyediakan layanan perbankan syariah serta BCA melakukan penguatan pada bidang perbankan transaksi dengan melakukan pengembangan aplikasi *mobile*, layanan pembayaran melalui *e-commerce*, dan melakukan pengembangan konsep pada *electronic banking center* dengan menambahkan fitur-fitur terbaru.

Pada tahun 2014 sampai dengan 2016, BCA melakukan pengembangan gerai layanan perbankan *digital* yang disebut sebagai MyBCA serta BCA menyelesaikan pembelian saham PT Central Sentosa Finance dengan peningkatan kepemilikan yang sebelumnya 25% menjadi 70%. BCA juga mendapakan izin dalam memberikan layanan asuransi jiwa melalui anak perusahaannya yaitu BCA Life. Dilanjuti pada tahun 2017 sampai dengan 2018, BCA membangun kolaborasi dengan perusahaan *fintech* melalui API yang memberikan fasilitas kepada perusahaan-perusahaan untuk terkonektivitas dengan sistem perbankan BCA. BCA juga terus membangun sistem metode pembayaran secara *online* melalui aplikasi BCA Mobile, dan Sakuku. BCA juga meluncurkan fitur *peer to peer* transfer

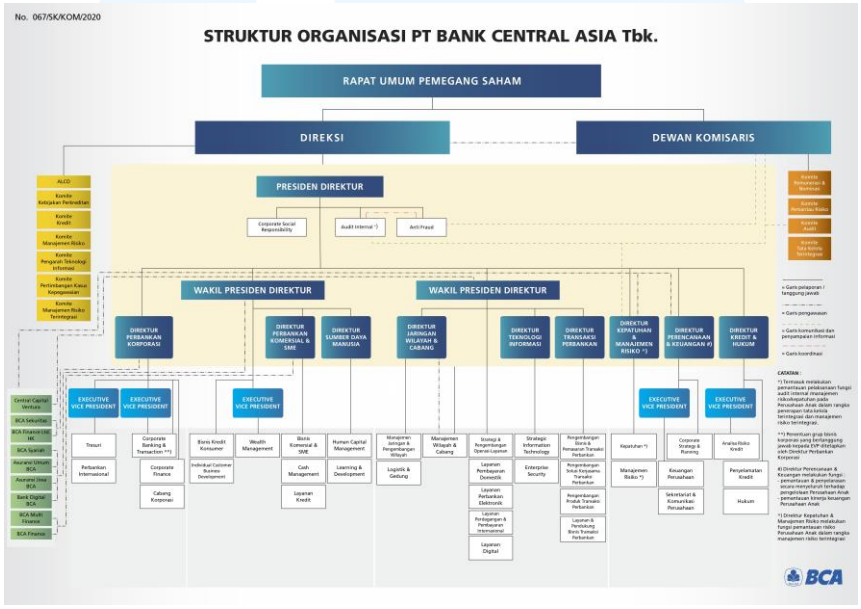
yang berbasis dengan teknologi QR *code.* Pada tahun 2019 sampai dengan 2020, BCA mengakuisisi 100% kepemilikan Bank Royal serta mengganti nama menjadi BCA *Digital*. BCA juga memperkuat layanan *platform digital*nya dengan meluncurkan berbagai macam produk yaitu QR *code*, Welma, Flazz generasi ke 2, API BCA, layanan pembukaan rekening secara *online* melalui BCA Mobile, dan memberikan fitur *lifestyle* pada aplikasi BCA Mobile.

Pada tahun 2021 sampai dengan 2023, BCA memperkuat *franchise* perbankan transaksi dengan cara melakukan pengembangan pada layanan *digital* dengan tujuan memberikan *customer experience* yang lebih baik. Aplikasi MyBCA juga diluncurkan pada tahun 2021 yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi perbankan melalui *smartphone* atau *website* secara *seamless user experience.* BCA juga meluncurkan aplikasi *merchant* BCA untuk memudahkan *merchant* BCA dalam mengelola bisnisnya serta aplikasi HaloBCA dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam menghubungi Halo BCA secara *online.* Pada periode ini BCA juga terus mengembangkan *super apps* MyBCA dengan tujuan untuk meningkatkan transaksi *digital* serta memberikan *customer experience* yang lebih terintegrasi.

Sampai saat ini, BCA terus mengembangkan bisnisnya yang sejalan dengan komitmen dari BCA untuk mencapai tujuan pembangunan keberlanjutan. BCA juga mendukung 16 SDG dalam semua kegiatan dengan memprioritaskan 9 SDG yang disesuaikan dengan strategi bank yaitu SDG 3, SDG 4, SDG 5, SDG 7, SDG 8, SDG 9, SDG 10, SDG 13, SDG 13, dan SDG 16. BCA juga memberikan dukungan pada SDG lainnya yaitu SDG 1, SDG 2, SDG 6, SDG 11, SDG 12, SDG 15, dan SDG 17.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam sebuah perusahaan, struktur organisasi perusahaan tentunya disusun berdasarkan pengelompokan pekerjaan pegawai dalam perusahaan. PT Bank Central Asia memiliki banyak divisi yang dimana divisi ini memiliki kewajibannya masing-masing di dalam perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi secara keseluruhan dari PT Bank Central Asia.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Bank Central Asia Tbk
Sumber: https://www.bca.co.id/tentang-bca... (2020)

Dari struktur organisasi secara keseluruhan tiap jabatan, dan divisi memiliki tugas, dan tanggung jawab masing-masing. Dari struktur ini, perusahaan dapat berjalan sesuai dengan visi, dan misi perusahaan. Tak hanya itu, struktur perusahaan ini juga sebagai penopang perusahaan, dan mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk telah melayani masyarakat selama 68 tahun sejak tahun 1957. Berbagai layanan perbankan telah diberikan kepada nasabah yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing tiap nasabah. Berikut merupakan portofolio dari PT Bank Central Asia Tbk yang telah dicapai.

2.3.1 BCA Expoversary 2025

BCA Expoversary merupakan acara tahunan yang dilaksanakan oleh BCA. BCA Expoversary memiliki tujuan untuk menawarkan promo, dan penawaran yang spesial kepada nasabah BCA. Penawaran juga diberikan kepada berbagai produk dalam *event* ini seperti rumah, kendaraan, pakaian, makanan, dan sebagainya.

Gambar 2.3 Instagram Post BCA Expoversary
Sumber: https://www.instagram.com/mykkbbca/...(2025)

Dalam pelaksanaan acara BCA Expoversary, banyak hal yang berkaitan dengan desain salah satunya Instagram *post* ini yang memiliki elemen informasi. Instagram post ini bertujuan memberikan informasi mengenai lokasi serta tanggal BCA Expoversary diselenggarakan. BCA Expoversary diselenggarakan secara *online,* dan *offline* yang dimana pada *event offline,* BCA Expoversary diselenggarakan pada tanggal 20 sampai dengan tanggal 23 Februari 2025 yang terletak di ICE BSD City. Pada *event*

online, BCA Expoversary diselenggarakan dari tanggal 20 Februari sampai dengan 31 Maret 2025 dengan mengakses *website* expo.bca.co.id.

2.3.2 Program Gebyar BCA

Gebyar BCA merupakan acara yang diselenggarakan oleh BCA yang dimana Gebyar BCA merupakan program apresiasi kepada para nasabah BCA untuk mendapatkan beragam hadiah baik hadiah langsung maupun hadiah utama. Gebyar BCA sendiri diselenggarakan pada periode 1 Oktober 2024 sampai dengan 31 Januari 2025. Program apresiasi ini diberikan kepada nasabah yang memiliki rekening tahapan di BCA. Program ini diselenggarakan secara *online* yang dimana saat penerimaan hadiah akan diberikan secara *offline* bertepatan dengan acara BCA Expoversary 2025.

Gambar 2.4 Gebyar BCA

Sumber: https://www.bca.co.id/...(2025)

Dalam pelaksanaan gebyar BCA, banyak hal yang berkaitan dengan desain salah satunya pada kampanye ini terdapat elemen persuasi pada poster. Poster ini bertujuan untuk mengajak nasabah BCA untuk menggunakan aplikasi myBCA, dan M-BCA untuk bertransaksi untuk mendapatkan hadiah yang diberikan oleh BCA. Poster ini juga memberikan informasi mengenai hadiah utama yang diberikan oleh BCA yaitu kendaraan bermotor, dan mobil.

2.3.3 MyBCA X JSD 2025

myBCA X JSD 2025 merupakan acara kolaborasi antara BCA dengan media Jakarta Sneakers Day yang memiliki fokus pada kultur sepatu

atau *sneaker, fashion,* dan sebagainya. Pameran ini juga menjadi *platform* eksklusif bagi para penggemar *sneaker* ,dan *fashion* untuk mendapatkan eksklusifitas produk terbaru yang diinginkan baik produk lokal maupun internasional (Rahayu & Rahman, 2025). Acara ini diselenggarakan pada tanggal 14 sampai dengan 16 Februari 2025 yang terletak di JICC Senayan *Hall* A, dan *Hall* B.

Gambar 2.5 Instagram *Post* myBCA X JSD 2025

Sumber: https://www.instagram.com/... (2025)

Dalam pelaksanaan acara myBCA X JSD 2025, terdapat hal yang berkaitan dengan desain salah satunya pada kampanye ini terdapat elemen persuasi pada Instagram *post* ini. Instagram *post* ini bertujuan untuk mengajak konsumen untuk menggunakan produk perbankan dari BCA untuk. Poster ini juga memberikan informasi mengenai harga yang spesial jika menggunakan produk BCA dalam acara ini.