

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



**Gambar 2.1** Logo Bank Maju

**Sumber:** Document perusahaan Bank Maju (2025)

PT Magga Jaya Utama biasa dikenal dengan Bank Maju telah berdiri sejak tahun 2006. Bank Maju didirikan pada 18 Januari 2006 oleh Sudhamek A.W. S selaku pemilik dari Bank Maju sekaligus *Chairman* dari PT Garuda Food Group. Tujuan membangun Bank Maju adalah untuk mendukung dan mensukseskan program pemerintah dalam membangun UMKM, dengan menyediakan permodalan bagi masyarakat dalam memperluas usaha mereka. Divisi ini dibuat sebagai pembeda dari bank perekonomian rakyat (BPR) lainnya. Dikarenakan tujuan awal dari terbentuknya divisi ini adalah sebagai studi banding dengan BPR lain.

Tentu dengan nama yang terus ingin berkembang maju, Bank Maju menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam hal asset. Pada tahun 2006 tercatat total asset Bank Maju sebesar Rp4,373 Miliar, sampai pada tahun 2023 tercatat peningkatan asset yang begitu hebat mencapai Rp370,925 Miliar. Bank Maju juga memiliki tagline yaitu “*Together We Grow*” yang menggambarkan tumbuh bersama dengan nasabah dari Bank Maju melalui perjalanan finansial. Terdapat nilai-nilai perusahaan yang dijalankan oleh Bank Maju seperti *Teamwork, Respect, Nobility & Learner Culture, Consensus, Innovation, dan Challenge.*

##### 2.1.1 Visi Misi PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju)

Adapun visi dan misi dari PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju) sebagai berikut:

###### **VISI PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju)**

Kami akan menjadi Bank Perekonomian Rakyat terbesar di Jabodetabek dengan fokus pada hubungan yang baik serta kepercayaan Nasabah.

###### **MISI PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju)**

Menumbuhkembangkan UKM dengan cara memberikan pelayanan keuangan yang terpercaya, inovatif, dan saling menguntungkan antar stakeholders.

## **Nilai Perusahaan**

### *1. Teamwork*

Mendorong pertumbuhan personal maupun profesional, berbagi kesempatan dan memaksimalkan kinerja individual maupun team.

### *2. Respect*

Menghargai orang lain, melakukan setiap upaya memahami satu sama lain. Bertanggung jawab

### *3. Nobility & Learner Culture*

Membangun karakter 'Pembelajar dan berhati mulia'

### *4. Consensus*

Menemukan fakta-fakta guna membuat keputusan yang tepat membangun konsensus dan mencapai sasaran dengan kecepatan terbaik

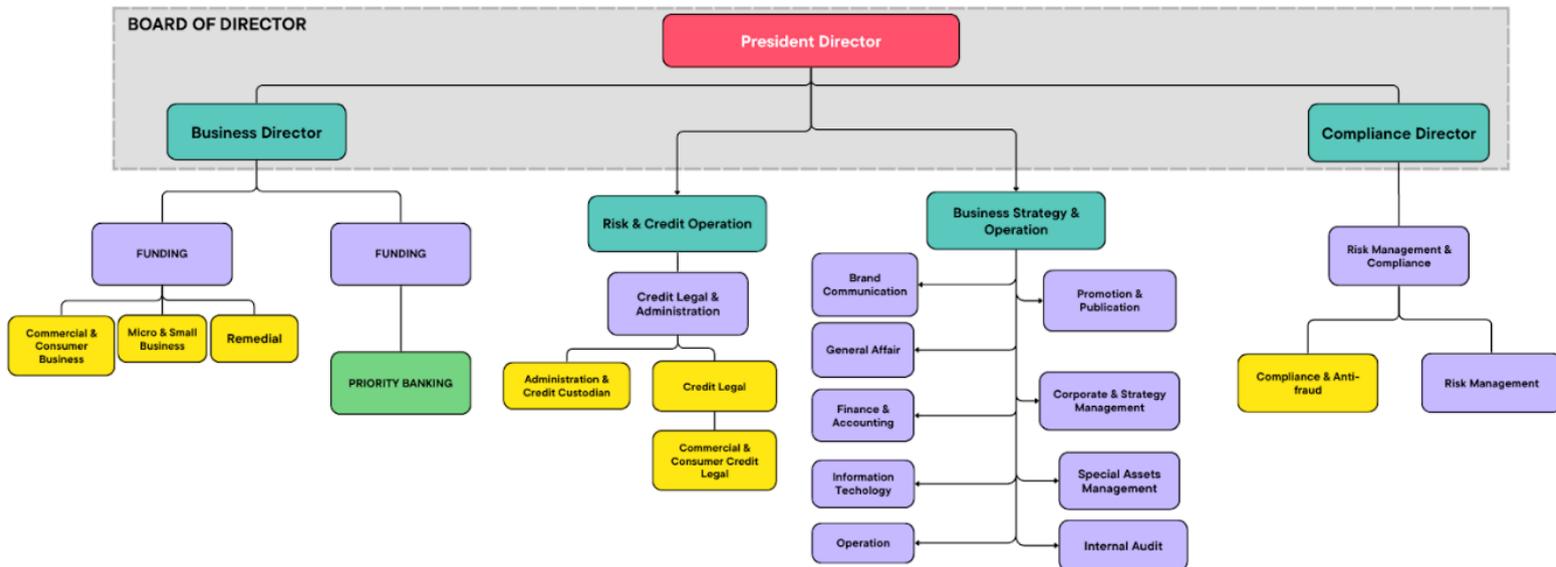
### *5. Innovation*

Memperbaiki operasi-operasi bisnis secara terus menerus selalu menggerakkan inovasi dan evolusi

### *6. Challenge*

Membentuk visi jangka panjang dalam menghadapi tantangan dengan keberanian dan kreatifitas guna mewujudkan tujuan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Magga Jaya Utama**

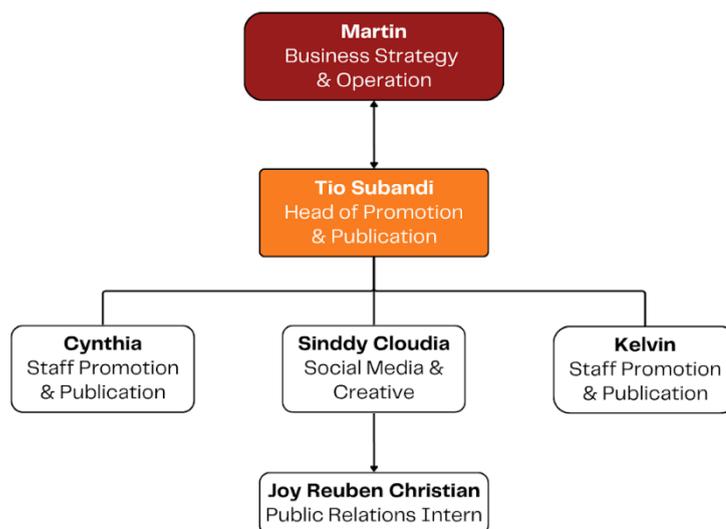
**Sumber:** Dokumen Perusahaan

Dari struktur organisasi diatas, dapat disimpulkan bahwa PT BPR Magga Jaya Utama memiliki banyak divisi untuk dapat beroperasi dengan maksimal yang dikepalai oleh Edy Johan sebagai Direktur Utama PT Magga Jaya Utama. Kemudian, dalam lingkup *board of director* terdapat 2 personnel lagi yang membantu dalam sisi bisnis dan kepatuhan perusahaan. Dibawah kepemimpinan Bapak Edy Johan, terdapat 9 divisi, yakni; *Lending, Funding, Risk & Credit Operation, Credit Legal & Administration, Business Strategy & Operation, Operation, Special Assets Management & Litigation, Internal Audit, dan Risk Management & Compliance*. Masing-masing divisi memiliki peran dalam menjalani tugasnya, saling melengkapi dan membantu dalam mencapai tujuan perusahaan. Pada divisi *Business Strategy & Operation* yang dikepalai oleh Martin sebagai direktur bisnis & operasional, terdapat subdivisi yaitu *Promotion & Publication* disupervisi oleh Tio Subandi sebagai kepala pada divisi tersebut. Penulis bekerja sebagai *Public*

*Relations (PR) intern di bawah bimbingan Sinddy Cloudia selaku Social Media & Creative.*

## 2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Penulis menjalankan aktivitas magang di bagian *Promotion & Publication*, sebagai *Public Relations intern*. Berikut adalah struktur organisasi dari bagian *Promotion & Publication* dari PT BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju)



**Gambar 2.3 Struktur Divisi *Promotion & Publication***

**Sumber:** Olahan Penulis (2025)

Sebagai Public Relations (PR) di Bank Maju, aktivitas kerja magang dilakukan dibawah divisi *promotion & publication*. Divisi *promotion & publication* berfokus dalam proses komunikasi kepada nasabah, seperti konten sosial media, promosi, mendesain poster, dan menyelenggarakan event. Aktivitas kerja magang yang dilakukan penulis melibatkan proses kreatif dan konten PR. Penulis bekerja sebagai *Public Relations (PR) intern* di bawah bimbingan Sinddy Cloudia selaku *Social Media & Creative*. Oleh sebab itu, aktivitas kerja magang sebagai PR intern yang dilaksanakan oleh penulis mencakup:

1. Membuat konten

Divisi ini bertanggung jawab dengan konten yang diunggah pada platform sosial media perusahaan. Divisi ini membuat ide kreatif dalam bentuk komunikasi yang efektif agar gampang dijangkau oleh banyak calon nasabah. Memiliki tugas dalam pembuatan *caption*, skrip video atau konten, dan visual konten sehingga membuat komunikasi digital yang efisien melalui *web*, *Instagram*, *YouTube*, dan lainnya. Pada pembuatan

konten, divisi ini juga bertanggung jawab dan memantau dalam *take content & shoot content* dengan mengkoordinasi dengan talent.

## 2. *Design*

Segala keperluan design dari poster hingga undangan untuk sebuah acara, divisi *Promotion & Publication* bertanggung jawab dalam berkoordinasi dengan divisi lain juga. Seperti permintaan poster oleh divisi *funding* dan pembuatan undangan. Selain itu poster & brosur akan diunggah pada platform sosial media *Instagram*, adapun poster atau brosur yang dicetak secara fisik jika ada permintaan oleh divisi *funding*.

## 3. *Documentation*

Selain menjalankan tugas sebagai pembuat konten untuk platform digital, divisi ini juga bertanggung jawab dalam mendokumentasi acara-acara internal maupun external. *Documentation* dilakukan oleh staff *Promotion & Publication* di setiap event, melakukan pengambilan video dan foto. Dilanjutkan dengan proses editing untuk foto dan video acara yang nantinya akan diunggah ke sosial media perusahaan.

## 4. *Event*

Bertanggung jawab untuk mengurus perizinan pelaksanaan *event* dan kegiatan yang dilakukan. Perizinan terhadap acara tersebut berupa proposal pelaksanaan dikirim kepada *Business Strategy & Operation* oleh *Head of Promotion & Publication*. *Event* yang dilakukan adalah untuk pengembangan nasabah dan membangun komunitas komunitas melalui *event* ini.