

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Sejarah bank sentral pasti tidak akan jauh dari perkembangan uang sebagai alat tukar dalam perdagangan secara umum. Pada awal peradaban manusia, kebutuhan akan sistem pertukaran yang lebih praktis dibandingkan barter mendorong lahirnya konsep uang dan peran lembaga keuangan seperti bank sentral. Sistem barter yang dinilai tidak efisien karena sulit menemukan pihak yang memiliki kebutuhan sepadan dengan apa yang ditawarkan. dengan hal itu, masyarakat mulai mengatasinya mulai menggunakan uang logam sebagai alat tukar. uang logam seperti emas, perak, dan perunggu dipilih karena memiliki nilai intrinsik berdasarkan berat dan jenis logamnya. Misalnya, dengan uang logam emas seberat 1 gram memiliki nilai 1000, maka nilai tersebut diakui secara luas sesuai dengan berat emas tersebut ketika diperdagangkan. Sistem ini lebih diterima menggantikan bentuk pertukaran sebelumnya (Syifa, S. N., Fitria, N., & Astuti, R. P., 2025)

Seiring pertumbuhan perdagangan dan ekspansi ekonomi global, penggunaan uang logam dimulai menemui keterbatasan, terutama karena bahan bakunya yang terbatas dan berat digunakan dalam transaksi besar. Untuk mengatasi hal ini, muncullah gagasan tentang uang kertas, yang lebih ringan dan praktis. Pada awalnya, uang kertas dikeluarkan oleh lembaga tertentu yang menjamin nilainya dengan cadangan logam mulia. Namun belum ada regulasi resmi dari pemerintah, praktik ini rawan disalahgunakan. Banyak bank yang mencetak uang melebihi cadangan yang dimiliki, pada akhirnya menimbulkan risiko penipuan dan ketidakstabilan nilai bagi masyarakat (Syifa, S. N., Fitria, N., & Astuti, R. P., 2025)



Gambar 2. 1 Logo Bank Indonesia

Sumber : www.bi.go.id

Kesadaran akan perlunya pengawasan dan regulasi sistem keuangan mendorong pembentukan lembaga bank sentral, yang bertugas menjaga stabilitas mata uang, menjalankan kebijakan moneter, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan. Di Indonesia, bank sentral bermula dari berdirinya De Javasche Bank (DJB) pada tahun 1828 oleh Pemerintah Hindia Belanda. DJB berfungsi sebagai bank sirkulasi yang memiliki hak eksklusif untuk mencetak dan mengedarkan mata uang Gulden di wilayah Hindia Belanda.

Setelah Indonesia merdeka pada 17 Agustus 1945, tuntutan untuk memiliki bank sentral nasional menguat sebagai bagian dari kedaulatan ekonomi bangsa. Nasionalisasi DJB dimulai tahun 1951 dengan pembelian saham oleh pemerintah Indonesia. Akhirnya, melalui UU No. 11 Tahun 1953, Bank Indonesia resmi berdiri pada 1 Juli 1953 sebagai pengganti DJB. Saat itu, Bank Indonesia tidak hanya menjalankan fungsi sirkulasi uang, tetapi juga bertindak sebagai bank komersial.

Transformasi besar terjadi lewat UU No. 23 Tahun 1999, yang menegaskan bahwa tujuan utama Bank Indonesia adalah menjaga kestabilan nilai rupiah. Revisi pada 2004 dan 2008 memperkuat independensi dan menambah fungsi pengawasan sistem pembayaran dan stabilitas keuangan. Perjalanan ini menegaskan evolusi Bank Indonesia sebagai lembaga kunci dalam menjaga ketahanan ekonomi nasional.

2.1.1 Visi dan Misi

Sebagai panduan dan pengembangan perusahaan, Bank sentral Indonesia memiliki visi dan misi yang mencerminkan arah strategis serta komitmen terhadap lingkungan sekitar dan para pemangku pemangku kepentingan.

2.1.1.1 Visi

Menjadi bank sentral digital yang unggul dengan sistem tata kelola yang solid, memberikan dampak nyata bagi pertumbuhan ekonomi nasional, serta menjadi yang terbaik di antara negara-negara berkembang demi mendukung tercapainya visi Indonesia Maju.

2.1.1.2 Misi

Bank Indonesia memiliki sejumlah tujuan utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Pertama, menjaga stabilitas nilai rupiah melalui kebijakan moneter yang efektif, konsisten, dan transparan. Kedua, memastikan kelancaran sistem pembayaran dengan kebijakan dan pengawasan yang menyeluruh, serta mendorong percepatan digitalisasi ekonomi. Ketiga, memiliki tanggung jawab untuk memastikan kestabilan sistem keuangan dengan menerapkan kebijakan makroprudensial. Selain itu, Bank Indonesia juga bersinergi dengan pemerintah dan mitra strategis lainnya untuk mendukung makroekonomi nasional, memperkuat pasar keuangan, mendorong inklusi ekonomi-keuangan, serta mewujudkan digitalisasi kelembagaan dengan tata kelola organisasi yang profesional dan berintegritas.

2.2 Tentang Museum Bank Indonesia

Dilansir dalam bi.go.id, gedung yang menjadi Museum Bank Indonesia memiliki Sejarah panjang dan signifikan dalam perkembangan perbankan di Indonesia. Sebelum digunakan sebagai museum, bangunan ini merupakan kantor pusat *De Javasche Bank* (DJB), bank sentral pertama di Hindia Belanda, dan kemudian menjadi kantor Bank Indonesia setelah nasionalisasi. *De Javasche Bank*

dibentuk pada tahun 1828 sebagai lembaga peredaran uang di wilayah Hindia Belanda, bertanggung jawab atas penerbitan mata uang gulden Hindia Belanda.

Pada tahun 1831, DJB membeli gedung yang sebelumnya merupakan rumah sakit Binnen Hospital di Batavia. gedung lama tersebut akhirnya dihancurkan pada awal abad ke -20, dan dengan desain arsitek Edward Cuypers dibangunlah kembali gedung ini dengan menampilkan bagian luar bangunan gaya Neo-Renaissance dengan ornamen Jawa. Selesai pada tahun 1909, dan Gedung dijadikan sebagai kantor pusat DJP hingga tahun 1953. Setelah Indonesia Merdeka, *De Javasche Bank* dinasionalisasikan menjadi Bank Indonesia (BI) pada tahun 1953. Kemudian, digunakan sebagai kantor operasional Bank Indonesia hingga tahun 1962. Berikut adalah logo dari Museum Bank Indonesia saat ini:



Gambar 2. 2 Logo Museum Bank Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan

Setelah tidak lagi difungsikan sebagai kantor, gedung ini akhirnya dialihfungsikan menjadi museum untuk melestarikan nilai Sejarah yang ada di dalamnya. Gagasan untuk mendirikan Museum Bank Indonesia muncul untuk menjaga dan memanfaatkan Sejarah perbankan dan ekonomi di Indonesia. Upaya pelestarian gedung Bank Indonesia selaras dengan program pemerintah Provinsi DKI Jakarta menetapkan Kota Tua sebagai wilayah dengan nilai sejarah yang tinggi. Museum BI terletak di Jalan Pintu Besar Utara No.3, Jakarta Barat. Museum pertama kali dibuka untuk umum pada 15 Desember 2006 oleh Gubernur Bank Indonesia saat itu, Burhanuddin Abdullah. Peresmian resminya dilakukan oleh Presiden ke 6 Susilo Bambang Yudhoyono pada 21 Juli 2009.

2.2.1 Visi dan Misi

Sebagai panduan dalam pengembangan perusahaan, Museum Bank Indonesia memiliki visi dan misi yang mencerminkan arah strategis serta komitmen terhadap tujuan yang ingin dicapai.

2.2.1.1 Visi

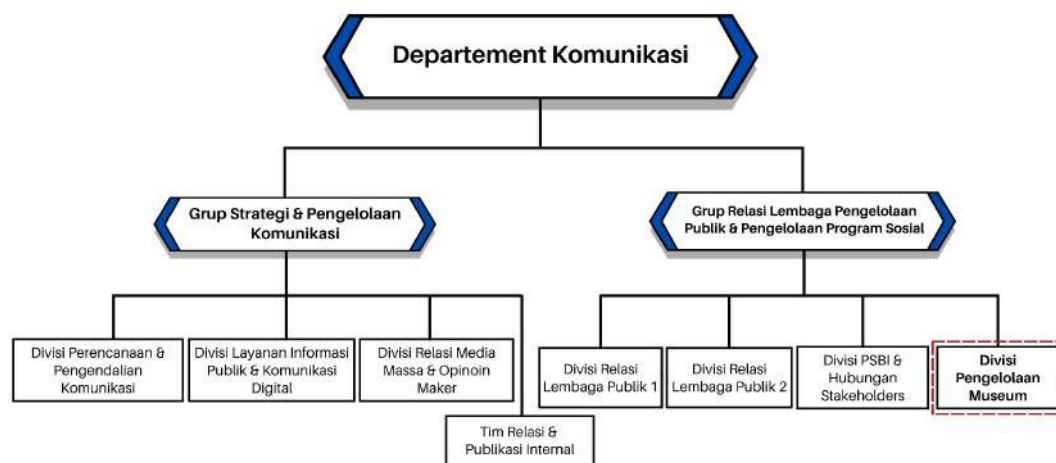
Memastikan wahana informasi sejarah Bank Sentral Indonesia tetap terpercaya, informatif, modern, menarik, dan dikelola dengan profesionalisme tinggi.

2.2.1.2 Misi

1. Menjelaskan perkembangan manfaat dan kontribusi Bank Indonesia dari masa ke masa secara informatif.
2. Memperlihatkan bangunan bersejarah milik Bank Indonesia beserta koleksi yang berhubungan dengan sejarah Bank Indonesia, termasuk upaya pelestariannya.
3. Sejarah kebijakan Bank Sentral di bidang moneter, perbankan dan sistem pembayaran.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Menurut UU No. 23 Tahun 1999 Bank Indonesia sendiri merupakan Lembaga negara yang independen dan bukan bagian dari pemerintah. Museum Bank Indonesia dikelola langsung di bawah naungan Bank Indonesia. Museum Bank Indonesia termasuk ke dalam Departemen Komunikasi. Dalam Departemen Komunikasi, dibagi lagi menjadi 8 divisi, yaitu pengelola media; divisi parlemen; divisi pengelolaan museum. Kepala Museum sebagai kepala divisi bertanggung jawab kepada kepala departemen. Kepala departemen bertanggung jawab kepada Gubernur.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Museum Bank Indonesia

Sumber : Bank Indonesia

Departemen Komunikasi merupakan unit yang bertanggung jawab atas strategi komunikasi perusahaan Bank Indonesia, hubungan dengan publik dan lembaga, serta pengelolaan program sosial dan publikasi internal. Departemen ini terbagi menjadi dua grup utama, yaitu Grup Strategi & Pengelolaan Komunikasi dan Grup Relasi Lembaga Pengelolaan Publik & Pengelolaan Program Sosial, yang masing-masing memiliki divisi dengan tugas khusus. Tentu setiap posisi memiliki tanggung jawab & peran masing-masing, sebagai berikut :

A. Grup Strategi & Pengelolaan Komunikasi

1. Perencanaan & Pengendalian Komunikasi

Berfokus pada penyusunan kebijakan komunikasi serta pengawasan efektivitasnya. Divisi ini merancang strategi komunikasi jangka panjang, mengelola krisis komunikasi, serta melakukan evaluasi agar kebijakan yang diterapkan selaras dengan tujuan perusahaan Bank Indonesia.

2. Layanan Informasi Publik & Komunikasi Digital

Untuk menangani penyebaran informasi perusahaan kepada publik melalui berbagai platform digital. Divisi ini bertugas untuk memastikan

transparansi informasi. Selain itu, divisi ini juga mengelola berbagai kanal komunikasi digital seperti media sosial, situs web, dan platform komunikasi daring lainnya.

3. Tim Relasi & Publikasi Internal

Dalam komunikasi internal perusahaan. Tim ini menyampaikan informasi penting kepada karyawan melalui buletin, laporan internal, dan publikasi lainnya, sehingga meningkatkan keterlibatan serta pemahaman karyawan terhadap visi dan strategi perusahaan.

B. Grup Relasi Lembaga Pengelolaan Publik & Pengelolaan Program Sosial.

Grup ini berfokus pada pengelolaan hubungan antara perusahaan dengan lembaga publik serta pelaksanaan program sosial yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Selain itu, grup ini juga mengelola berbagai inisiatif sosial, seperti program CSR (*Corporate Social Responsibility*), dengan menjalin kemitraan strategis dengan organisasi pemerintah, komunitas, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memastikan keberlanjutan kerja sama yang berdampak positif bagi perusahaan dan lingkungan sekitar. Ada beberapa divisi di dalam grup ini, sebagai berikut :

1. Relasi Lembaga Publik 1

Bertanggung jawab dalam menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah dan organisasi publik tingkat nasional. Divisi ini memastikan hubungan yang baik antara perusahaan dan lembaga pemerintah guna mendukung kebijakan yang menguntungkan kedua belah pihak. Selain itu, divisi ini berperan dalam advokasi kebijakan, pengelolaan regulasi, serta koordinasi dengan kementerian dan badan pemerintah.

2. Relasi Lembaga Publik 2

Memiliki fungsi serupa dengan Divisi Relasi Lembaga Publik 1, tetapi lebih berfokus pada kemitraan dengan organisasi publik di tingkat

daerah dan internasional. Divisi ini bertanggung jawab atas pengembangan jejaring dengan komunitas, pemerintah daerah, serta lembaga internasional yang dapat mendukung ekspansi perusahaan dan program sosial yang diinisiasi perusahaan.

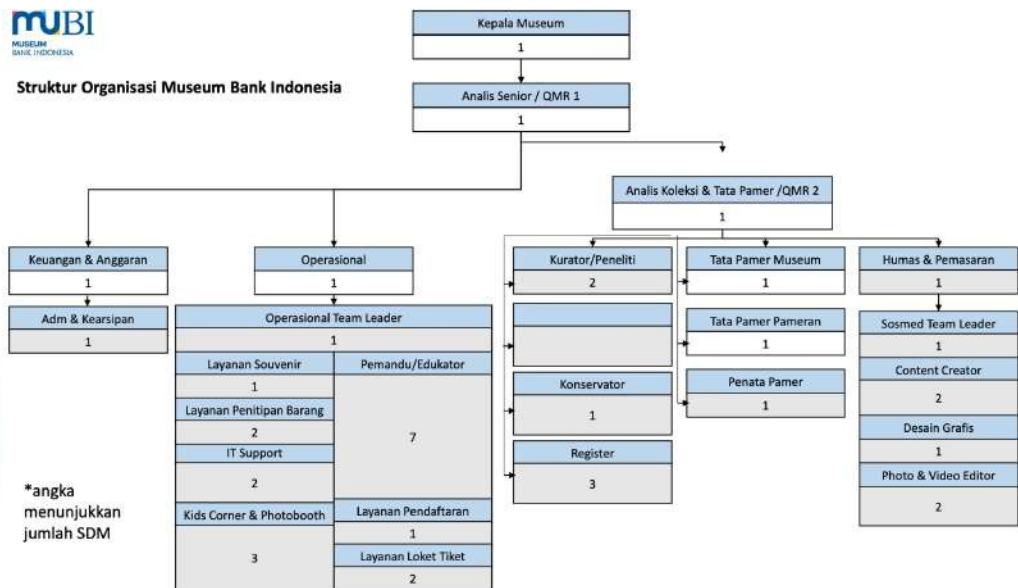
3. PSBI & Hubungan Stakeholders

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) adalah program pemberdayaan masyarakat dan kepedulian sosial yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Program ini bertujuan untuk mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Divisi ini turut merancang serta menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang difokuskan untuk meningkatkan hidup masyarakat. Selain itu, divisi ini berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan, seperti pemerintah, pelanggan dan komunitasnya.

4. Divisi Pengelolaan Museum

Divisi Pengelolaan Museum ini bertanggung jawab mengelola operasional dan pengembangan museum yang berada di bawah naungan perusahaan Bank Indonesia. Divisi ini memastikan museum dapat menjadi sarana edukasi, pelestarian sejarah, dan promosi budaya perusahaan Bank Indonesia. Selain itu, dengan bertanggung jawab dalam merancang pameran, menjalin kerja sama dengan komunitas seni, serta mengelola aspek administratif dan pemeliharaan fasilitas museum Bank Indonesia.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 4 Struktur Museum Bank Indonesia (MuBI)

Sumber : Dokumen Perusahaan

Divisi Pengelolaan Museum Bank Indonesia (MuBI) yang dimana di Pimpin oleh Bapak Hary Nugroho Susanto selaku Kepala Museum Bank Indonesia, Bapak Ade Imani selaku Operasional Museum Bank Indonesia, dan Divisi Humas Museum Bank Indonesia Ibu Marry Marsela selaku Humas dan Pemasaran Museum Bank Indonesia, Bapak M. Jordan Y selaku *Team Leader* Media Sosial, juga 3 orang Agus Dwi Kristano, M. Maseta Pratama, dan Sylvia Fasha, selaku *Content Creator* Museum, Yudha Fandiata selaku Desainer Grafis dan terakhir M. Hira Ambadar D selaku Photo dan Video Editor Museum BI.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A