

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bank Central Asia (BCA) yang telah berdiri selama 68 tahun sejak 1957 di Indonesia menjadi top of mind bank swasta di Indonesia. Di 2025, BCA telah hadir dengan 9 produk unggulan yaitu: BCA sekuritas, BCA multifinance, BCA insurance, BCA finance, BCA syariah, BCA life, central capital, BCAfi, dan blu by BCA Digital. Dengan #AnakBungsuBCA, BCA Digital memiliki sejarah panjang yang dimulai sejak tahun 1965 di Tjiparaj, Bandung dengan nama awal PT Bank Rakjat Parahyangan. Setelah beberapa kali mengalami perubahan nama dan status yang di mana pada tahun 1990 ditingkatkan menjadi Bank Umum sehingga berubah nama menjadi PT Bank Royal Indonesia. Lalu, pada tahun 2020 Bank Royal resmi diakuisisi oleh PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dan berganti nama menjadi PT Bank Digital BCA. Menurut Direktur BCA Subur Tan keputusan ini diambil sebagai langkah strategis BCA dalam rangka melengkapi layanan perbankan BCA demi menjangkau kebutuhan nasabah di Tanah Air.



Gambar 2. 1 Informasi Perusahaan & Informasi Anak Perusahaan BCA

Sumber: Dokumen Perusahaan

PT Bank Digital BCA (BCA Digital) sendiri dipimpin oleh Ibu Lanny Budiati sebagai direktur utama berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT Bank Royal Indonesia tanggal 30 Desember 2019, yang efektif menjabat mulai tanggal

1 April 2020 hingga sekarang. Ibu Lanny sendiri sudah memulai karir di PT Bank Central Asia Tbk sejak tahun 1991 hingga 2020, dengan terakhir menjabat sebagai Kepala Kantor Wilayah Jawa Barat serta memiliki tanggung jawab atas operasional 11 Kantor Cabang Utama (KCU). Dengan pengalaman di perbankan selama lebih dari 20 tahun membuatnya bisa memimpin BCA Digital hingga sekarang. BCA Digital menawarkan layanan perbankan yang sepenuhnya berbasis aplikasi mobile melalui produk andalannya, yaitu aplikasi blu yang diluncurkan pada Juli 2021.

Aplikasi blu dirancang untuk menyediakan kontrol dan kebebasan finansial kepada penggunanya dengan berbagai fitur transaksi keuangan yang fleksibel. BCA Digital juga memiliki fokus walaupun tidak memiliki kantor cabang, tapi BCA Digital melalui aplikasinya, yaitu, blu menjadi tetap terkoneksi dengan seluruh pelanggan secara ekosistem digital yang dirancang sedemikian rupa. Lalu, secara segmentasi secara umum sendiri BCA Digital ingin menjadi bank digital terbaik bagi masyarakat yang mengerti cara memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kehidupan sekitarnya (*digital savy*). Lalu, secara aplikasi blu sendiri menawarkan pengalaman seperti memakai dompet digital namun secara orientasi sebagai bank digital yang mampu menyimpan tabungan dalam aplikasi. Selain sebagai aplikasi digital banking, blu juga dikembangkan sebagai platform *Banking-as-a-Service* (BaaS) yang memungkinkan kolaborasi dengan mitra bisnis lainnya. Hal ini menunjukkan BCA Digital tidak hanya berinteraksi langsung dengan konsumen akhir (B2C) tetapi juga membangun hubungan strategis dengan bisnis lainnya (B2B) yang kemudian melayani konsumen mereka (B2B2C).

Dalam ekosistem ini, peran *business development* menjadi sentral dalam mengelola komunikasi di seluruh jaringan, mulai dari interaksi antara organisasi (B2B) hingga bagaimana komunikasi tersebut pada akhirnya memengaruhi pengalaman konsumen akhir (B2C). Hal ini menyoroti relevansi teori stakeholder, di mana fungsi *business development* harus menyeimbangkan kebutuhan dan kepentingan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, direksi, pelanggan, dan komunitas untuk mencapai kesuksesan bersama.

Berikut adalah data singkat mengenai PT Bank Digital BCA:

Tabel 2. 1 Informasi Perusahaan

| | |
|-------------------------|--|
| Nama Perusahaan | PT Bank Digital BCA (BCA Digital) |
| Alamat | The City Tower Lantai 11 Jl. M.H Thamrin No.81, Jakarta Pusat, 10310 |
| Nomor Telepon | 1500668 |
| Jenis Perusahaan | Bank Digital |
| Laman Website | blubybcadigital.id |

2.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Bank Digital BCA

Berikut merupakan visi dan misi perusahaan PT Bank Digital BCA, antara lain:

2.2.1 Visi

PT Bank Digital BCA memiliki visi perusahaan, yaitu “**Menjadi bank digital pilihan utama masyarakat**”. Visi tersebut menggambarkan rasa semangat Bank Digital BCA untuk bisa terus bersaing dan berinovasi dalam mengembangkan teknologi informasi yang berfokus pada penyempurnaan produk dan fitur yang ada, diiringi dengan peningkatan performa, keamanan, serta reliabilitas sistem TI.

2.2.2 Misi

Dalam mencapai visi tersebut, PT Bank Digital BCA memiliki 2 misi yaitu:

- Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi tepat guna
- Memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan.

Misi ini menggambarkan bagaimana BCA Digital ingin hadir sebagai bank tanpa cabang yang lahir sepenuhnya dalam ekosistem digital, dengan menghadirkan aplikasi blu yang sudah ‘*all in one*’ untuk menjawab berbagai kebutuhan nasabah serta tetap menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingan.

2.3 Nilai Perusahaan (*Corporate Values*) PT Bank Digital BCA

Setiap perusahaan memiliki dasar yang dikenal sebagai nilai-nilai perusahaan (*corporate values*). Nilai-nilai ini adalah prinsip-prinsip yang mengarahkan identitas dan budaya suatu organisasi, mencerminkan keyakinan, sikap, dan norma yang dianggap penting dalam menjalankan aktivitas operasional sehari-hari. Setiap langkah yang diambil, keputusan yang dibuat, dan hubungan yang dibangun pasti akan dipandu oleh nilai-nilai perusahaan tersebut. Berikut adalah nilai-nilai PT Bank Digital BCA yang diterapkan secara konsisten:

- ***Ear and Heart for Customers***

Perhatian atau kepedulian yang diikuti dengan usaha memberikan layanan yang terbaik untuk memenuhi harapan dan/atau kebutuhan pelanggan secara spesifik. Karyawan BCA Digital sendiri diajak untuk semakin memahami serta memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat memberikan solusi yang tepat.

- ***Stand up for integrity***

Sikap yang teguh dalam menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan, yang diikuti dengan tindakan konsisten dan konsekuen pada peran/tugas dalam berbagai situasi dan kondisi untuk membangun kepercayaan pelanggan. Karyawan BCA Digital diajak untuk setia dalam mengatakan maupun melakukan hal-hal yang baik dan benar. Kita juga diajak untuk bersikap jujur, terbuka, dan berpegang teguh sesuai aturan serta etika yang ada.

- ***Soul for agility and relevance***

Kemampuan berubah dengan cepat dan tepat sehingga tetap relevan. Kita diajak untuk bisa bersikap positif, tangguh, dan terbuka. Kita diharapkan bisa beradaptasi ketika situasi berubah di tengah percepatan digitalisasi serta bekerja secara efektif di situasi apapun dan dengan siapapun.

- ***Hand in hand for collaboration and growth***

Berkolaborasi yang didasari atas pemahaman diri sendiri dan orang lain dalam rangka pertumbuhan diri dan pencapaian tujuan organisasi. Kita bisa melihat bahwa diri kita bisa memberikan hasil yang lebih optimal ketika berkolaborasi terkait dampak yang lebih besar. Kita bisa memahami bahwa tujuan lebih besar layak diutamakan dari tujuan pribadi.

- *Mind for excellence & growth*

Mengusahakan keunggulan untuk mencapai yang terbaik guna memberikan dampak terkait berbagai inovasi, ide-ide brilian, dan *breakthrough* baru. Karyawan bisa bekerja untuk keunggulan BCA Digital dan memberikan dampak.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

2.4.1 Struktur Utama PT Bank Digital BCA



Gambar 2. 2 Struktur PT Bank Digital BCA

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam PT Bank Digital BCA, terdapat pembagian tanggung jawab berdasarkan tiga direktorat utama: Direktur Utama, Direktur Kepatuhan, dan Direktur IT & Operasi. Berikut penjelasan masing-masing bagian:

1. Direktur Utama

Sebagai pimpinan tertinggi, Direktur Utama memiliki tanggung jawab strategis dalam mengarahkan visi perusahaan, merancang strategi pertumbuhan, dan memastikan bahwa bisnis berjalan sesuai dengan tujuan besar perusahaan. Maka dari itu ia menaungi divisi-divisi yang berfokus pada pengembangan bisnis digital, strategi perusahaan, perluasan pasar, dan inovasi dalam produk serta layanan keuangan.

- *Marketing Communication*
- *Corporate Planning*

- *Treasury*
- *Growth & Acquisition*
- *Strategic Alignment*
- *Digital Business*
- *Lending Business & Portfolio Management*
- *Card & Personal Loan Business*
- *Partnership & Digital Lending*

2. Direktur Kepatuhan

Direktur Kepatuhan bertanggung jawab dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas perusahaan sesuai dengan regulasi, standar etika, dan praktik tata kelola yang baik. Peran ini sangat vital untuk menjaga reputasi perusahaan serta mencegah risiko hukum yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

- Satuan Kerja Audit Internal
- Legal
- Satuan Kerja Kepatuhan dan APU & PPT (Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme)
- Satuan Kerja Manajemen Risiko & Anti *Fraud*
- *People & Culture*

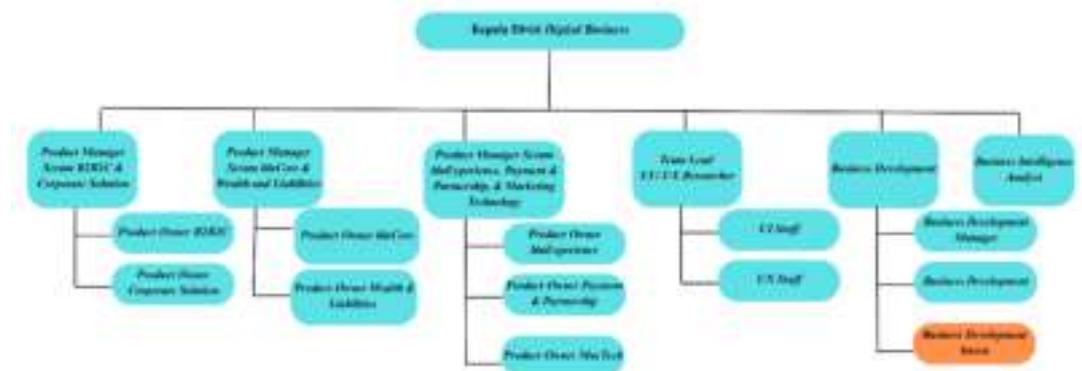
3. Direktur IT & Operasi

Sebagai bank digital sangat penting untuk terus berintegrasi dengan teknologi, maka dari itu terdapat Direktur IT & Operasi yang menaungi seluruh divisi yang berfokus pada penyediaan infrastruktur teknologi dan sistem operasional perusahaan. Direktur IT & Operasi bertugas untuk memimpin lini bisnis yang memastikan keamanan, efisiensi, dan keberlanjutan operasional dengan pemanfaatan teknologi.

- *IT Digital Services*
- *IT Lending Enterprise Applications*
- *IT Small Medium Enterprise Solution*
- *IT System & Operation Support*
- *IT Governance & Security*
- *Finance, Accounting & Tax*
- *Credit Banking Operation Settlement*

- Contact Center & Layanan Pengaduan
- Office Management & Procurement
- System & Procedure

2.4.2 Struktur Divisi *Digital Business* PT Bank Digital BCA



Gambar 2. 3 Struktur Departemen *Digital Business*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

1. Kepala Divisi *Digital Business*:

Kepala divisi *Digital Business* bertanggung jawab dalam penetapan visi jangka panjang, koordinasi antar tim, dan pemantauan pelaksanaan inisiatif digital. Kepala Divisi berfungsi sebagai penghubung yang menyatukan strategi pengembangan produk, pemasaran, dan operasional sehingga inovasi produk yang dihadirkan berjalan dengan optimal. Selain itu, kepala divisi juga melibatkan evaluasi kinerja tim, penyusunan target bisnis, dan memastikan setiap proyek yang dijalankan selaras dengan regulasi serta arahan perusahaan.

2. *Product Manager (PM) Digital Business*:

PM memegang peran kunci dalam mengarahkan dan mengoordinasikan seluruh proses pengembangan produk, mulai dari tahap perencanaan hingga peluncuran. Fungsi ini meliputi pengumpulan kebutuhan produk (*requirement gathering*), penetapan prioritas fitur berdasarkan visi perusahaan, serta penyusunan *roadmap* agar pengembangan berjalan searah dengan target bisnis. Selain itu, PM bertanggung jawab menjembatani komunikasi antara tim teknis (misalnya pengembang, *QA*) dan tim non-teknis (seperti pemasaran, legal, *compliance*), sehingga setiap aspek produk dapat diintegrasikan secara

optimal. Tak hanya itu, PM juga melakukan evaluasi performa produk melalui analisis data dan umpan balik pelanggan, lalu menggunakan hasilnya untuk menyempurnakan fitur yang sudah ada ataupun merancang inovasi baru.

3. *Business development (BD) Digital Business:*

BD merumuskan strategi pengembangan usaha dengan fokus pada ekspansi pasar serta peningkatan nilai jual produk digital. Posisi ini tidak hanya berperan dalam mengevaluasi peluang kolaborasi dengan mitra eksternal, tetapi juga mengolah data pasar untuk mengidentifikasi area strategis yang menjanjikan. Melalui kerja sama lintas fungsi dengan tim produk, pemasaran, dan desain, *Business development* membantu dalam proses akuisisi nasabah serta memastikan bahwa setiap inisiatif bisnis yang diambil selalu relevan dengan dinamika pasar dan mendukung visi strategis perusahaan juga menghasilkan pendapatan. Posisi BD pun berkesinambungan seiring banyaknya produk yang bermunculan dan proses kerjasama yang membutuhkan BD sebagai perantara terhadap pihak eksternal maupun internal perusahaan.

4. *Product Owner (PO) Digital Business:*

PO Digital Business sendiri berperan dalam mengelola siklus hidup produk mulai dari perencanaan hingga peluncuran di aplikasi blu. PO bertugas menentukan prioritas fitur berdasarkan dampak bisnis dan umpan balik dari pengguna. Proses pengembangan dilakukan dengan pendekatan yang terukur untuk memastikan setiap tahap berjalan efektif dan tepat waktu. Dengan menyusun *roadmap* produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, PO juga bertanggung jawab untuk melakukan validasi konsep melalui uji coba dan riset, sehingga produk yang dikembangkan tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah kepada pengguna.

5. *Product Design Lead:*

Posisi ini bertugas untuk merumuskan konsep *UI/UX* yang berfokus pada pengalaman pengguna secara menyeluruh. Posisi ini memimpin tim desainer dalam menciptakan *UI Desain* yang konsisten dan menarik, sekaligus mengoptimalkan setiap alur interaksi di dalam produk. Dengan melakukan uji

pengguna (*user testing*) dan riset mendalam terhadap kebutuhan konsumen, *Product Design Lead* memastikan bahwa setiap inovasi dalam desain mampu meningkatkan kenyamanan serta kepuasan nasabah.

6. *Business Intelligent Analyst (BIA):*

BIA menjadi poros utama dalam divisi utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang berkaitan dengan performa produk dan perilaku pengguna. Lalu, BIA juga bertugas secara langsung melaporkan kepada Kepala Divisi *Digital Business* atas pengelolaan bisnis serta proyek yang ditangani. Lalu, BIA juga senantiasa menyusun strategi bisnis dan budget bersama PM. Mereka juga berhak menyampaikan masukan/ saran yang didapat berdasarkan analisis dari *data tools*.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Kerja Magang

Pada kesempatan kerja magang ini, pekerja magang termasuk dalam divisi *digital business*. Pekerja magang berkesempatan menjadi *business development* Intern untuk scrum atau bagian B2B2C. Dalam divisi ini, pekerja magang mempelajari untuk menjadi seorang yang bisa dalam mengembangkan potensi kerjasama serta inovasi produk dengan mitra bisnis *existing* dan potensial. Di samping itu, kita juga diharapkan untuk bisa berkoordinasi dengan *product manager* serta divisi *Marketing Communication* dalam pembuatan strategi produk dan jasa dari BCA Digital.

Pekerja magang dibimbing dan diawasi langsung oleh Gabriella Rustandar selaku *supervisor* pekerja magang dan *product manager B2B2C* yaitu