

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Bank OCBC NISP Tbk adalah bank tertua dalam urutan keempat di Indonesia. Berdiri pada 4 April 1941 di Bandung, pada saat itu OCBC dikenal dengan nama NV Nederlandsch Indische Spaar En Deposito Bank (NISP). Bank NISP menjadi salah satu bank yang bertahan melewati gejolak ekonomi nasional pada tahun 1965-1967 hingga akhirnya Bank NISP berhasil menaikkan status operasional dari bank tabungan menjadi bank komersial. Selanjutnya, Bank NISP diberikan status sebagai bank devisa yang fokus melayani segmen Usaha Kecil Menengah (UKM) pada tahun 1990. Dengan berbagai prestasi yang gemilang, Bank NISP menarik perhatian OCBC (Oversea-Chinese Banking Corporation) Bank dari Singapura dan memutuskan untuk bermitra pada tahun 1997.

Setelah menjalin kemitraan selama bertahun-tahun, OCBC Bank–Singapura melakukan *merger* dengan Bank NISP. Sejak saat itu, Bank NISP berubah nama menjadi Bank OCBC NISP dan menghasilkan entitas tunggal bagi OCBC Group di Indonesia, yaitu PT Bank OCBC NISP Tbk. Pada tahun 2023, Bank OCBC NISP kembali melakukan *rebranding* terhadap merk dan logo setelah mengakuisisi PT Bank Commonwealth menjadi OCBC.

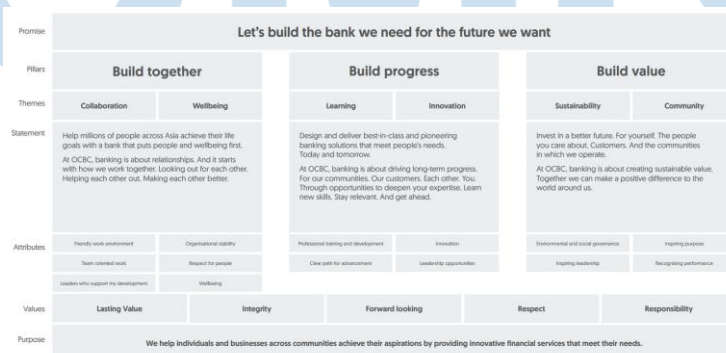


Gambar 2.1 Logo OCBC Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Bersama dengan proses *rebranding*, OCBC juga kerap menggaungkan *tagline* resmi perusahaan, yaitu “Terus Bersama, Melaju Jauh” yang menunjukkan semangat inovasi OCBC untuk terus berkembang, baik sebagai perusahaan maupun sebagai mitra terpercaya bagi para nasabah. Hal ini dicerminkan dengan pelebaran sayap OCBC yang berkomitmen untuk melayani berbagai segmen nasabah, mulai dari UKM, *wholesale*, *commercial*, *transaction*, hingga nasabah individu.

Hingga tahun 2025, OCBC memiliki 340 kantor cabang yang tersebar di 61 kota secara nasional. Saat ini, OCBC memiliki dua kantor pusat atau *head office* yang beroperasi yang disebut OCBC Tower di wilayah Kuningan, Jakarta Pusat dan OCBC Space di wilayah BSD, Tangerang. OCBC Tower merupakan pusat operasi bisnis bagi departemen-departemen yang bertugas untuk menjalankan kemitraan, sedangkan OCBC Space merupakan pusat operasi manajerial perusahaan. Proses pemagangan sebagai *Employer Branding Intern* dilaksanakan sepenuhnya di kantor OCBC Space Lt. 23 dengan alamat Jl. BSD Grand Boulevard Lot 9, Pagedangan.

Sebagai bagian dari strategi *talent management* dan *employee engagement*, OCBC Indonesia mengadakan berbagai macam inisiatif untuk meningkatkan *visibility* perusahaan di mata para *job seekers*, dan loyalitas serta kepuasan karyawan yang selama ini telah bekerja di OCBC Indonesia. Seluruh aktivitas *talent management* dan *employee engagement* di OCBC Indonesia berangkat dari satu fondasi, yaitu *Employee Value Proposition* (EVP) resmi OCBC Group. Premis yang ditawarkan bagi setiap karyawan OCBC Indonesia berbunyi, “*Let’s build the bank we need for the future we want*” yang merupakan komitmen OCBC Group untuk membangun bank yang berkontribusi kepada masa depan yang berkelanjutan. Premis tersebut diimplementasikan dalam tiga pilar, yaitu *Build Together*, *Build Progress*, dan *Build Value*. *Build Together* fokus pada kolaborasi dan kesejahteraan karyawan; *Build Progress* fokus pada pembelajaran dan inovasi yang perlu dikembangkan karyawan supaya terus bertumbuh dan berkembang; dan *Build Value* fokus pada pembangunan komunitas dan keberlanjutan bagi karyawan dan pihak-pihak di luar perusahaan.



Gambar 2.2 Pilar EVP OCBC Group
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Terdapat *core value* khusus untuk karyawan OCBC Indonesia Di luar EVP milik OCBC Group, yaitu B!SA (dibaca bisa). *Core value* ini diterapkan dalam sebuah *purpose statement*, yaitu Tidak Ada Yang Tidak B!SA (TAYTB). Dengan semangat ini, karyawan OCBC Indonesia secara akrab disebut TAYTB Warriors. Nama ini ditanamkan ke dalam setiap benak karyawan sebagai *reminder* bahwa jika kita percaya dan mengusahakan setiap peluang, hasilnya tidak akan mengkhianati usaha tersebut. Nilai-nilai inilah yang menjadikan OCBC Indonesia sebagai perusahaan yang optimis dan berorientasi akan masa depan. Menggunakan EVP dan *core value* sebagai acuan, setiap aktivitas *event*, kampanye, dan produksi konten OCBC Indonesia diwajibkan untuk diambil dari sisi *purpose-driven*. Beberapa *creative idea* yang diturunkan dari EVP mencakup *Opportunity Starts Here*, *Caring Starts Here*, *Wellbeing Starts Here*, *Growth Starts Here*, dan *Excitement Starts Here*.



Gambar 2.3 Core Values OCBC Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Secara internal, inisiatif *employer branding* yang dijalankan adalah kampanye karyawan seperti SPARTA (*Sports for a Cause*) dan Mindful at Work series; terdapat juga *event* khusus karyawan dan keluarga inti karyawan seperti Empower, Surprise TAYTB Warriors, EB (*Employer Brand*) Showcase, Temu Santai, Enlighten KANA (Komunitas Anak OCBC) serta KAWA (Komunitas Wanita OCBC); serta kemitraan yang dijalani dengan berbagai *brand* untuk memberikan *benefit* menarik bagi karyawan OCBC Indonesia seperti POYID (Power of Your ID) dan Bazaar by Power of Your ID.



Gambar 2.4 Kegiatan Enlighten KANA, Bazaar, dan SPARTA
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Untuk pihak eksternal, OCBC Indonesia menyediakan OCBC Career Clinic khusus mahasiswa dan *fresh graduates* di mana terdapat sesi *sharing* mengenai *career coaching* dan *recruitment tips*; terdapat pula StuFest atau kegiatan *company visit* oleh mahasiswa maupun siswa-siswa SMA atau sederajat di mana OCBC akan membagikan berbagai *insight* mengenai industri perbankan; OCBC juga berpartisipasi dalam *job fair* di berbagai universitas; dan OCBC juga menyediakan program-program akselerasi karir bagi para *fresh graduates* yang memiliki ketertarikan dalam industri perbankan.



Gambar 2.5 Kegiatan *Company Visit*, *Job Fair*, dan OCBC Career Clinic
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Employer Branding OCBC Indonesia juga diberikan wewenang untuk memegang beberapa kanal resmi perusahaan. Kanal-kanal tersebut secara aktif digunakan untuk mengumumkan lowongan karir, memberikan edukasi karir dan finansial, hingga menunjukkan keseharian, keseruan, dan keuntungan menjadi seorang karyawan OCBC Indonesia. Kanal resmi yang digunakan adalah *website* <https://www.ocbc.id/id/karir>, Instagram @careersocbc.id, dan LinkedIn.

PT Bank OCBC NISP Tbk sebagai salah satu perusahaan perbankan yang menyediakan jasa keuangan memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

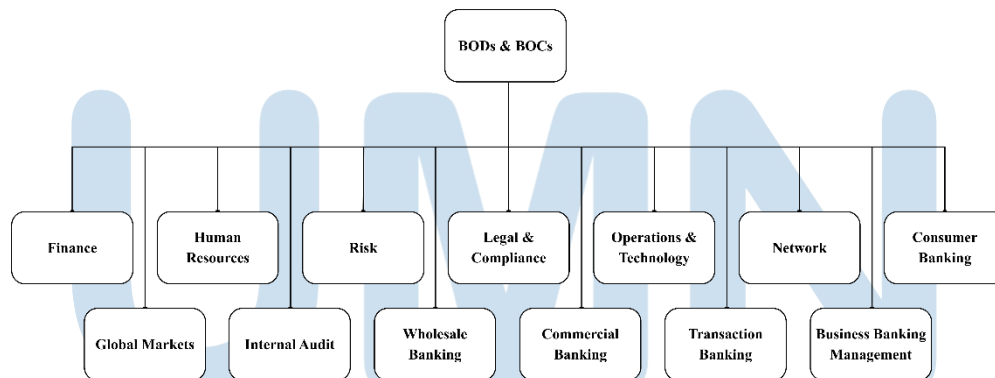
Menjadi mitra terpercaya untuk meningkatkan kualitas hidup.

MISI

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

2.2 Struktur Perusahaan

OCBC Indonesia merupakan salah satu bank swasta tertua di Indonesia yang telah berusia lebih dari delapan puluh tahun. OCBC Bank bersama Bank NISP telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1972 menyediakan layanan yang dapat digunakan berbagai segmen nasabah, memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.6 Struktur Organisasi OCBC Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Terdapat 13 grup atau departemen yang berada di bawah naungan jajaran direktur OCBC Indonesia. Dalam departemen HR terdapat pula beberapa divisi seperti HRBP (*Business Partner*) yang bertugas untuk merekrut karyawan baru; HR *Services* yang mengatur seluruh proses terkait kekaryawanan, mulai dari proses *onboarding*, absensi, hingga *offboarding*; HR *Reward & Analytics* yang mengelola

kompensasi dan *benefit* karyawan; HR *Governance & Operations* yang mengatur tata kelola dan keberlangsungan etika dan performa karyawan selama periode bekerja di OCBC Indonesia; HR L&D (*Learning & Development*) yang menyediakan berbagai kelas *workshop* dan *training* agar karyawan OCBC Indonesia tidak hanya bekerja, namun tetap belajar; dan HR TEE (*Talent Management & Employee Engagement*) yang menyediakan berbagai kegiatan untuk menjadikan OCBC Indonesia perusahaan yang nyaman dan menyenangkan untuk berkarir sambil bertumbuh. Proses pemagangan sebagai *Employer Branding Intern* terdapat dalam departemen *Human Resources* (HR), khususnya divisi HR TEE dengan struktur sebagai berikut.



Gambar 2.7 Struktur Divisi HR TEE
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Divisi HR TEE bertanggung jawab atas segala aktivitas kampanye, *event*, unggahan di kanal resmi OCBC Indonesia, serta pengembangan peserta program akselerasi karir yang ditawarkan oleh OCBC Indonesia, mulai dari tahap perancangan konsep hingga eksekusi dan pembuatan laporan. Berikut adalah *job description* dari posisi-posisi yang terdapat dalam divisi HR TEE,

A. *Talent Management Specialist*

OCBC Indonesia memiliki seperangkat program akselerasi karir, baik bagi para *fresh graduates* maupun para profesional. Program-program yang ditangani oleh divisi HR TEE adalah Graduate Talent Programme (GTP) atau program *Management Trainee* (MT); CRAYON (*Create & Beyond*) Internship atau *project-based internship* khusus untuk IT dan Data; Tech Young Leaders (TYL) atau kolaborasi sekaligus akselerasi karir bagi para karyawan *under 25* yang berasal dari departemen Operations & Technology di OCBC Indonesia; dan

Banking Academy for IT, Banking Academy for Sales, serta Banking Academy for Service Advisor.

Talent Management Specialist bertanggung jawab sebagai *supervisor* program yang menjembatani antara peserta program dengan para *Mentor* dan *Buddy* yang bersangkutan dengan program tersebut. Tak hanya itu, posisi ini juga bertugas untuk menyediakan fasilitas *workshop*, *training*, *townhall* dan *bonding* bagi para peserta.

B. *Employer Branding Specialist*

Berbagai inisiatif *employee engagement* yang dilakukan di OCBC Indonesia ditangani oleh para *Employer Branding Specialist*. Posisi ini bertanggung jawab atas segala proses *end-to-end* strategi kampanye, *event*, hingga produksi konten dan pemantauan media sosial. Dalam hal ini, terdapat kolaborasi yang dilakukan dengan beberapa divisi lain di OCBC Indonesia, seperti *Facility Services*, *Procurement*, *IT Support*, *Brand & Communication*, serta *Marketing Communication*. *Employer Branding Specialist* juga melakukan *outsourcing* atau menggunakan jasa *agency* dalam pengelolaan akun media sosial *employer branding*, yaitu akun Instagram @careersocbc.id.

Selain itu, posisi ini juga bertugas untuk merancang *Employee Engagement Survey* (EES) untuk mendapatkan *insight* dari para karyawan mengenai program-program yang sudah ada dan yang ingin diadakan selanjutnya. Beberapa program yang dipegang oleh para *Employer Branding Specialist* dalam tiga tahun terakhir adalah StuFest, Employer Brand Showcase, Empower, Enlighten, OCBC Career Clinic, *Job Fair*, Surprise TAYTB Warriors, dan masih banyak lagi. Terakhir, posisi ini juga memiliki wewenang untuk melakukan produksi *gimmick* dan *welcoming kit*, baik bagi karyawan internal, hadiah untuk *event*, hingga aktivitas eksternal.