

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) telah menjadi salah satu pilar utama dalam lanskap perekonomian dan sektor perbankan di Indonesia selama lebih dari enam dekade. Perjalanan panjang perusahaan ini merepresentasikan evolusi industri keuangan nasional, mulai dari sistem perbankan konvensional hingga bertransformasi menjadi pelopor perbankan digital.

Awal mula eksistensi perusahaan ini tidak langsung bermula dari sektor finansial, melainkan dari pendirian NV Perseroan Dagang dan Industrie Semarang Knitting Factory pada tahun 1955 yang bergerak di bidang industri tekstil dan pabrik rajut. Setelah beroperasi selama kurang lebih dua tahun dan melihat potensi pasar yang lebih makro, perusahaan tersebut kemudian mengambil langkah strategis dengan mengubah fokus bisnis inti menjadi entitas perbankan. Perusahaan perbankan ini resmi berdiri pada 21 Februari 1957 dengan kantor pusat awal yang berlokasi di kawasan perniagaan Asemka, Jakarta. Seiring dengan pertumbuhan operasionalnya, nama Bank Central Asia mulai diperkenalkan secara resmi kepada publik pada 2 September 1975. Momentum ini juga ditandai dengan peresmian penggunaan identitas visual atau logo perusahaan, yang esensinya masih dipertahankan dan digunakan hingga saat ini sebagai simbol kepercayaan masyarakat [1].

Sejak dekade 1970-an, Bank Central Asia mulai mengimplementasikan strategi pertumbuhan yang agresif melalui ekspansi jaringan kantor cabang ke berbagai wilayah strategis di seluruh Indonesia. Berbagai manuver bisnis dan inovasi layanan perbankan mulai direalisasikan, salah satunya melalui aksi korporasi penggabungan (*merger*) dengan Bank Gemari pada tahun 1977. Langkah ini secara signifikan memperluas basis nasabah dan portofolio aset perusahaan. Selain itu, BCA juga mulai merintis layanan pembayaran non-tunai dengan

menghadirkan fasilitas kartu kredit yang telah memperoleh persetujuan dan pengawasan dari Bank Indonesia. Memasuki era 1990-an, BCA melakukan lompatan teknologi yang revolusioner pada masanya. Pengembangan layanan tidak lagi hanya berfokus pada penambahan infrastruktur fisik kantor cabang, melainkan pada otomatisasi layanan melalui peluncuran jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Dalam waktu yang relatif singkat, jaringan ATM BCA (ATM-BCA) telah terdistribusi secara luas di berbagai wilayah Jakarta dan kota-kota besar lainnya, mengubah paradigma masyarakat dalam mengakses uang tunai secara mandiri [1].

Sebagai bagian dari sejarah perekonomian Indonesia, BCA turut menghadapi tantangan terberatnya pada saat Krisis Finansial Asia tahun 1997-1998. Kondisi ekonomi makro yang tidak stabil memicu fenomena penarikan dana massal (bank rush) yang memengaruhi likuiditas perusahaan. Pada tahun 1998, BCA secara resmi berstatus *Bank Take Over (BTO)* dan masuk ke dalam program rekapitalisasi serta restrukturisasi di bawah naungan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Melalui proses pemulihan yang disiplin dan sistematis, BCA berhasil menstabilkan kembali operasionalnya. Keberhasilan restrukturisasi ini mencapai puncaknya pada tahun 2000, di mana BCA mengambil langkah historis dengan melakukan Penawaran Umum Perdana (*Initial Public Offering / IPO*) di Bursa Efek Jakarta (kini Bursa Efek Indonesia), yang secara resmi mengubah status perusahaan menjadi perusahaan publik (Tbk) [1].

Memasuki abad ke-21, BCA mereposisi strateginya dengan menjadikan teknologi informasi sebagai ujung tombak layanan. Perusahaan berinvestasi secara masif pada pengembangan produk dan layanan berbasis elektronik (e-banking). Berbagai produk inovatif diluncurkan, meliputi Debit BCA, fasilitas Internet Banking (KlikBCA), Tunai BCA, mesin *Electronic Data Capture* (EDC BCA), dan berbagai infrastruktur transaksi digital lainnya. Sejalan dengan tingginya penetrasi ponsel pintar, BCA menghadirkan aplikasi mobile banking unggulan, yakni BCA Mobile dan dompet digital Sakuku, guna mengakomodasi kebutuhan transaksi seketika (real-time) masyarakat modern.

Transformasi ini semakin diakselerasi pada masa pandemi COVID-19, di mana pembatasan mobilitas fisik mendorong lonjakan adopsi layanan digital. Merespons pergeseran perilaku nasabah tersebut, BCA meluncurkan aplikasi myBCA yang dirancang dengan arsitektur teknologi yang lebih canggih untuk menyatukan berbagai portofolio nasabah (seperti rekening tabungan, deposito, dan investasi) dalam satu identitas pengguna. Platform ini tidak hanya dirancang untuk memfasilitasi transaksi finansial secara komprehensif, tetapi juga untuk memberikan *User Experience* yang lebih modern, intuitif, dan seamless, khusus disesuaikan dengan preferensi generasi milenial dan Generasi Z yang sangat mengandalkan ekosistem digital [1].

Selain berfokus pada inovasi teknologi antarmuka dan ekspansi bisnis finansial, pada dekade terakhir BCA juga semakin mengukuhkan komitmennya terhadap praktik perbankan yang berkelanjutan (*sustainable banking*). Menyadari posisinya sebagai entitas korporasi berskala raksasa yang memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan dan tatanan sosial, BCA secara proaktif mengintegrasikan prinsip-prinsip *Environmental, Social, and Governance (ESG)* ke dalam strategi bisnis intinya. Komitmen ini diwujudkan melalui peningkatan porsi portofolio pembiayaan pada sektor-sektor hijau yang ramah lingkungan, efisiensi penggunaan energi dan pengurangan emisi karbon di seluruh jaringan kantor cabang, serta pengelolaan limbah operasional yang terukur. Di ranah sosial, program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang bernaung di bawah bendera "Bakti BCA" terus diperluas cakupan kebermanfaatannya. Program ini menyentuh berbagai pilar esensial, mulai dari pemerataan akses pendidikan melalui pemberian beasiswa, pemberdayaan ekonomi masyarakat desa wisata, pelestarian budaya lokal, hingga program tanggap darurat bencana, yang secara holistik bertujuan untuk menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi masyarakat luas [1].

Lebih jauh lagi, transformasi digital yang dilakukan BCA tidak hanya terjadi pada ekosistem layanan yang berhadapan langsung dengan nasabah (*front-end*), melainkan juga secara fundamental merombak arsitektur operasional di balik layar (*back-office*). Seiring dengan eksponensialnya lonjakan volume transaksi digital

harian, divisi Teknologi Informasi (TI) BCA melakukan modernisasi infrastruktur secara masif untuk menjamin keandalan tingkat tinggi (high availability), skalabilitas, dan keamanan sistem. Perusahaan mengadopsi kapabilitas komputasi mutakhir dan pemanfaatan platform pengembangan low-code guna mempercepat digitalisasi proses internal serta mempermudah koordinasi lintas divisi. Pemanfaatan Big Data Analytics dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) semakin diintensifkan, tidak hanya untuk memetakan personalisasi layanan, tetapi juga untuk sistem manajemen risiko dan deteksi penipuan (fraud detection) yang sangat presisi. Seluruh modernisasi arsitektur ini dilindungi oleh investasi berkelanjutan pada sistem keamanan siber (cybersecurity), guna memastikan privasi nasabah dan integritas data internal tetap tak tertembus oleh berbagai ancaman siber modern.

Berkat ketangguhan fundamental finansial, manajemen risiko yang prudent, dan konsistensinya dalam berinovasi, BCA saat ini berhasil memposisikan dirinya tidak hanya sebagai bank swasta terbesar di Indonesia, tetapi juga sebagai salah satu perusahaan dengan kapitalisasi pasar (market capitalization) tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Pencapaian gemilang ini merupakan refleksi langsung dari tingkat kepercayaan yang sangat kokoh dari para pemegang saham, investor global, serta puluhan juta nasabah setianya. Memasuki era ekonomi digital yang semakin tanpa batas (borderless), BCA terus menatap ke depan dengan visi strategis untuk menjadi institusi keuangan yang senantiasa relevan melintasi berbagai generasi. Melalui orkestrasi yang seimbang antara layanan perbankan hibrida (hybrid banking), penguatan talenta sumber daya manusia yang lincah (agile), serta penguasaan teknologi finansial masa depan, BCA berkomitmen untuk terus menjadi pilar utama yang menggerakkan roda perekonomian nasional menuju Indonesia yang lebih inklusif, tangguh, dan sejahtera [1].

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

No	Kegiatan	Februari	Maret	April	May	Juni
----	----------	----------	-------	-------	-----	------

		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Melakukan Proses Onboarding dan Adaptasi terhadap lingkungan kerja Perusahaan																				
1.1	Pemahaman mengenai tools tools yang membantu dalam proses pengembangan dan komunikasi																				
1.2	Eksplorasi mengenai cara penggunaan tools dan pemahaman proses komunikasi antar team dalam pengerjaan project																				
2	Pelakuan bug fixing terhadap fitur fitur yang sudah ada, tapi masih broken secara function																				

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Dalam arsitektur perekonomian modern, sektor perbankan memegang peranan yang sangat fundamental sebagai urat nadi yang menggerakkan roda pertumbuhan ekonomi nasional. Di tengah dinamika pasar keuangan global yang semakin kompleks, perubahan regulasi yang dinamis, serta disrupsi teknologi digital yang mengubah lanskap industri secara masif, setiap institusi keuangan dituntut untuk memiliki pijakan strategis yang kokoh. Pijakan ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman arah gerak operasional sehari-hari, tetapi juga sebagai landasan moral dan profesional dalam memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi masyarakat. Untuk dapat bertahan, beradaptasi, dan tumbuh secara eksponensial di tengah iklim kompetisi yang kian ketat, sebuah entitas korporasi berskala enterprise mutlak memerlukan arah tujuan yang jelas. Arah tujuan ini secara formal dideklarasikan melalui perumusan Visi dan Misi perusahaan yang komprehensif, terukur, dan visioner, yang akan menjadi kompas utama bagi seluruh jajaran manajemen dan karyawan dalam merancang inovasi dan mengambil keputusan strategis.

Sebagai salah satu institusi perbankan swasta terbesar, terkemuka, dan paling dihormati di Indonesia, PT Bank Central Asia Tbk (BCA) menyadari sepenuhnya tanggung jawab besar yang diembannya. Reputasi emas dan kepercayaan publik yang telah terbangun selama lebih dari enam dekade bukanlah sekadar hasil dari ekspansi bisnis semata, melainkan manifestasi dari konsistensi perusahaan dalam memegang teguh identitas strategisnya. Melalui penyelarasan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*), BCA terus berupaya mengintegrasikan setiap inisiatif bisnis, pengembangan infrastruktur digital, dan standar pelayanan pelanggan agar selalu sejalan dengan cita-cita besar korporasi. Komitmen jangka panjang ini diwujudkan ke dalam sebuah kerangka tujuan utama yang mencerminkan dedikasi BCA terhadap kemajuan perekonomian bangsa.

Dalam kapasitasnya tersebut, PT Bank Central Asia Tbk (BCA) merumuskan visi utamanya, yaitu untuk dapat menjadi Bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. Visi ini secara eksplisit menggarisbawahi ambisi luhur perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada pencapaian profitabilitas komersial secara internal, tetapi juga untuk mengambil peran aktif sebagai katalisator pembangunan dan penyokong stabilitas ekonomi makro di tingkat nasional.

Agar visi besar yang berorientasi pada kemajuan tersebut dapat direalisasikan ke dalam langkah-langkah teknis yang konkret, terstruktur, dan berkesinambungan, seluruh kegiatan operasional dan pengembangan bisnis BCA ditopang oleh tiga pilar misi utama, yaitu:

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan

solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.

2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai *francais* dan nilai stakeholder BCA [3].

2.1.2 Logo Perusahaan

Identitas visual sebuah perusahaan berskala masif seperti PT Bank Central Asia Tbk (BCA) bukan sekadar elemen estetika semata, melainkan merupakan aset strategis yang merepresentasikan nilai-nilai fundamental, reputasi, dan rekam jejak perusahaan di mata publik. Identitas visual korporat ini dikemas secara sangat terstruktur dan komprehensif melalui pedoman merek (*brand guidelines*) yang mengintegrasikan kombinasi logo, palet warna, serta tipografi guna mencerminkan visi dan misi institusi. Logo standar BCA sendiri dirancang dengan memadukan dua bagian utama yang menjadi satu kesatuan visual yang tak terpisahkan, yaitu elemen *logo mark* yang berbentuk siluet gambar bunga cengkeh, dan *logo type* yang berupa akronim tulisan "BCA" dengan karakter huruf yang tebal dan proporsional.

Secara filosofis, representasi bunga cengkeh memiliki akar sejarah yang kuat dengan Nusantara, merepresentasikan simbol kemakmuran, kekayaan, pertumbuhan yang berkelanjutan, serta kemanfaatan bagi lingkungan sekitarnya. Sementara itu, penyatuan dan pengaturan tata letak (*layout*) dari elemen-elemen visual tersebut dirancang secara spesifik untuk menciptakan kesan psikologis bahwa BCA adalah sebuah institusi perbankan yang kokoh, memiliki fondasi permodalan yang besar, dan sangat terpercaya dalam menjaga keamanan aset nasabahnya. Desain identitas yang solid ini sekaligus melambangkan tekad dan komitmen tak tergoyahkan dari BCA yang senantiasa berupaya memberikan standar pelayanan keuangan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat.

Dalam penerapan tata warnanya, identitas korporat ini sangat bertumpu pada warna utama yang dikenal secara luas sebagai "Biru BCA". Untuk menjamin konsistensi dan akurasi reproduksi warna di berbagai medium, perusahaan

menetapkan standar metrik warna yang sangat presisi (dengan spesifikasi kode warna Hex #0066AE untuk aset digital dan *web*, RGB 0/102/174 untuk tampilan proyeksi layar, serta CMYK 100/60/0/0 untuk kebutuhan percetakan fisik kelas atas). Dalam kajian psikologi warna, corak biru ini secara universal memancarkan aura profesionalisme, stabilitas, keamanan, dan integritas kualitas mutlak yang harus dimiliki oleh sebuah lembaga finansial. Penggunaan warna "Biru BCA" ini diwajibkan untuk diimplementasikan secara maksimal dan konsisten pada berbagai titik sentuh komunikasi (*communication touchpoints*). Hal ini mencakup arsitektur fisik kantor cabang, materi promosi, hingga elemen tata letak antarmuka (*User Interface*) pada aplikasi digital nasabah maupun aplikasi internal perusahaan, guna menjaga keseragaman merek (*brand uniformity*) dan memperkuat top-of-mind *awareness* di benak publik.

Melengkapi arsitektur visual tersebut, elemen tipografi atau jenis huruf pendukung memainkan peran krusial dalam memastikan kejelasan, hierarki, dan efektivitas pesan perusahaan. Dalam penyusunan materi komunikasi kampanye korporat, dokumen resmi administrasi, hingga perancangan antarmuka sistem teknologi, BCA secara khusus menetapkan penggunaan rumpun huruf *sans-serif* yang memiliki tingkat keterbacaan (*readability*) tinggi. Jenis *font* Calibri (yang mencakup varian bobot *Regular* untuk teks tubuh, *Light* untuk elemen sekunder, dan *Bold* untuk penekanan tajuk) ditetapkan sebagai standar tipografi utama perusahaan. Pemilihan karakter huruf ini didasarkan pada desainnya yang modern, bersih, dan sangat optimal dibaca di berbagai ukuran layar digital. Sebagai langkah mitigasi teknis dan menjaga fleksibilitas lintas platform komputasi (*cross-platform*), pedoman perusahaan juga mengizinkan penggunaan jenis huruf Arial sebagai alternatif utama (*fallback font*) apabila huruf standar Calibri tidak didukung atau tidak tersedia pada infrastruktur perangkat pengguna [5]. Kepatuhan yang ketat terhadap standarisasi visual ini memastikan bahwa setiap informasi yang didistribusikan oleh BCA senantiasa tampil profesional, kohesif, dan relevan dengan dinamika era digital [5].



Gambar 2.1 Logo PT Bank Central Asia Tbk
Sumber Gambar: [5]

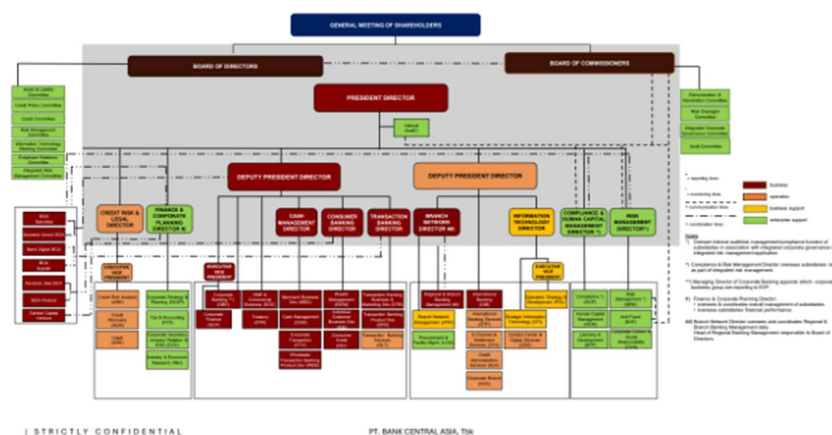
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2 menunjukkan struktur organisasi PT Bank Central Asia Tbk secara keseluruhan. Pemetaan struktur ini merupakan wujud dari tata kelola perusahaan yang transparan guna memastikan setiap fungsi bisnis dan operasional memiliki garis komando yang jelas. Berdasarkan struktur tersebut, BCA dipimpin oleh seorang Presiden Direktur sebagai pemegang tanggung jawab tertinggi dalam perusahaan. Posisi ini memiliki wewenang penuh dalam menentukan arah strategis, menjaga stabilitas kinerja perbankan, serta memastikan seluruh kegiatan operasional selaras dengan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

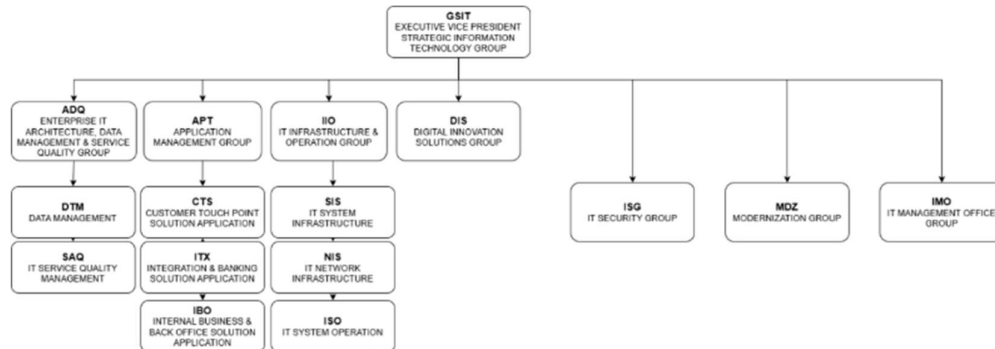
Struktur organisasi BCA secara umum terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu IT & Digital Banking serta Business Banking & Operation. Pembagian ke dalam dua pilar utama ini dirancang untuk menyeimbangkan antara inovasi teknologi dan keandalan layanan perbankan fisik. Kedua bagian tersebut masing-masing dipimpin oleh Wakil Presiden Direktur yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Direktur. Pendelegasian wewenang kepada dua Wakil Presiden Direktur ini bertujuan untuk menjaga rentang kendali manajemen agar tetap efektif di tengah skala operasional perusahaan yang sangat masif.

Sementara itu, divisi Business Banking & Operation bertanggung jawab terhadap aktivitas operasional perbankan yang berjalan secara konvensional maupun kegiatan operasional bisnis lainnya dalam perusahaan. Bagian ini menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan langsung kepada nasabah, mengelola peredaran uang tunai, menyalurkan kredit, serta menjaga kualitas layanan di seluruh jaringan kantor cabang BCA. Meskipun berfokus pada operasional konvensional, divisi ini secara aktif tersinkronisasi dengan divisi IT untuk memastikan setiap transaksi fisik tercatat secara aman dalam sistem pangkalan data pusat perusahaan.

067/SK/KOM/2026



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Bank Central Asia Tbk
Sumber Gambar: [4]



Gambar 2.3. Struktur organisasi Group of Strategic Information Technology (GSIT) BCA

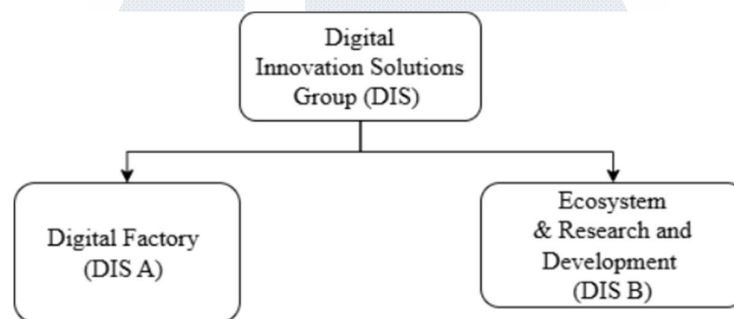
Di dalam struktur organisasi PT Bank Central Asia Tbk (BCA), pengelolaan, inovasi, serta pengembangan infrastruktur teknologi secara menyeluruh dipercayakan kepada sebuah divisi khusus yang dikenal dengan nama Group of Strategic Information Technology (GSIT). Sebagai tulang punggung teknologi dari salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, GSIT memegang peranan yang sangat sentral dan berorientasi jangka panjang. Divisi ini tidak sekadar bertugas untuk menjaga stabilitas operasional sistem harian (business as usual), melainkan bertindak sebagai katalisator utama dalam mempercepat transformasi digital BCA. GSIT memiliki tanggung jawab krusial untuk memastikan bahwa seluruh arsitektur sistem korporat, ketahanan keamanan informasi, serta digitalisasi layanan perbankan berjalan dengan efisiensi maksimal dan senantiasa terkalibrasi dengan visi strategis maupun peta jalan (roadmap) bisnis perusahaan.

Guna mengelola tingkat kompleksitas beban kerja komputasi dan arsitektur berskala enterprise tersebut, divisi ini dirancang dengan kerangka tata kelola manajerial yang sistematis dan berjenjang. Berdasarkan ilustrasi struktur organisasi yang direpresentasikan pada Gambar 2.3, GSIT dipimpin secara komprehensif oleh seorang pejabat eksekutif tingkat atas, yakni Executive Vice President (EVP) Strategic Information Technology Group. Kapasitas kepemimpinan pada tingkat EVP ini mengemban tanggung jawab makro dalam merumuskan arah kebijakan teknologi informasi, mengorkestrasi alokasi investasi infrastruktur digital, memitigasi risiko sistemik, serta memastikan bahwa seluruh operasional mematuhi standar tata kelola TI (IT Governance) dan regulasi perbankan yang berlaku.

Dalam kerangka eksekusi operasionalnya, Executive Vice President mendelegasikan dan mendistribusikan ruang lingkup pekerjaan teknis secara spesifik guna menjaga kelincahan respons (agility) tim dan fokus pengembangan. Oleh karena itu, pimpinan puncak tersebut membawahi dan mengoordinasikan secara langsung beberapa sub-group utama yang memiliki domain spesialisasi masing-masing dalam pengelolaan teknologi informasi perusahaan. Pembagian unit-unit kerja di bawah naungan GSIT ini dirancang untuk menciptakan ekosistem pengembangan yang terintegrasi secara end-to-end, mulai dari manajemen

infrastruktur dasar hingga perancangan aplikasi front-end. Secara lebih terperinci, jajaran sub-group fungsional yang beroperasi di dalam struktur GSIT BCA terdiri dari:

1. Enterprise IT Architecture, Data Management, and Service Quality Group (ADQ)
2. Application Management Group (APT)
3. IT Infrastructure & Operation Group (IIO)
4. Digital Innovation Solutions Group (DIS)
5. IT Security Group (ISG)
6. Modernization Group (MDZ)
7. IT Management Office Group (IMO)



Gambar 2.4. Struktur organisasi Digital Innovation Solutions Group GSIT BCA

DIS atau Digital Innovation Solutions Group merupakan salah satu sub group di bawah naungan Group of Strategic Information Technology (GSIT) PT Bank Central Asia Tbk yang berfokus pada pengembangan inovasi digital, implementasi teknologi baru, serta pengembangan solusi berbasis teknologi untuk mendukung kebutuhan internal perusahaan maupun layanan digital BCA. DIS memiliki peran penting dalam mendorong transformasi digital perusahaan melalui pengembangan aplikasi, riset teknologi, serta kolaborasi inovasi dengan berbagai pihak terkait.

DIS memiliki 2 sub divisi di dalamnya, yaitu:

1. Digital Factory (DIS A)
2. Ecosystem & Research and Development (DIS B)

Digital Factory (DIS A) berfokus pada pengembangan dan pengelolaan aplikasi berbasis low-code maupun pro-code yang digunakan untuk mendukung kebutuhan bisnis internal BCA dan perusahaan anak. Divisi ini juga bertanggung jawab dalam pengelolaan citizen developer, standarisasi pengembangan aplikasi, monitoring implementasi aplikasi, hingga penanganan permasalahan pada aplikasi internal perusahaan.

Sementara itu, Ecosystem & Research and Development (DIS B) berfokus pada pengembangan inovasi teknologi, riset, serta kolaborasi digital dengan

berbagai pihak seperti startup, perusahaan anak, dan institusi lainnya. Divisi ini juga berperan dalam mencari solusi teknologi terbaru, mengembangkan ide inovasi, serta mendukung implementasi teknologi yang dapat meningkatkan efektivitas operasional dan kebutuhan bisnis BCA.

Sebagai informasi, saat ini saya beserta tim telah beralih dari grup DIS dan resmi bergabung dengan grup IMO. Meskipun terdapat perubahan penempatan, seluruh alur pekerjaan dan operasional tetap berjalan normal seperti biasanya.

Di dalam ekosistem IT BCA, grup IMO memiliki fungsi krusial untuk melakukan tindak lanjut atas temuan audit, memastikan tingkat kepatuhan (IT compliance) dan pelaksanaan kebijakan (policy), serta berkolaborasi dengan top level management untuk merancang strategi IT yang searah dengan strategi besar bank. Divisi ini mengevaluasi pelaksanaan operasional IT agar senantiasa berlandaskan pada prinsip Good Corporate Governance (GCG).

