

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Berdasarkan situs website resmi BNI (2026), PT Bank Negara Indonesia adalah sebuah bank di Indonesia yang didirikan pada tahun 1946 dengan nama Bank Negara Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946. BNI bertugas menjamin peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia dan berperan aktif dalam pembangunan perekonomian negara melalui promosi berbagai bidang industri di Indonesia pada tahun 1968. Hingga tahun 1992, status hukum BNI diubah menjadi Perseroan Terbatas (PT Persero) sesuai dengan persyaratan Undang-Undang Perbankan. Sebagai Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) BNI menawarkan saham perdana kepada masyarakat dan mencatat sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Hal ini menjadikan BNI sebagai bank pemerintah pertama yang menjadi perusahaan terbuka.

Saat ini, Pemerintah Republik Indonesia memiliki 60% saham di BNI melalui penerbitan saham baru melalui Penawaran Hak Beli Saham (*Right Issue*) pada tahun 2010 dan 40% dimiliki oleh masyarakat. Berdasarkan laporan Keuangan, BNI menjadi bank terbesar ke 4 secara nasional, dari segi total aset, total kredit atau pinjaman, dan total simpanan pihak. Selain itu, dengan memiliki sejumlah anak perusahaan yang fokus di bidang *finance*, berupa BNI *Multifinance*, BNI *Life Insurance*, BNI *Remittance*, hibank, BNI Sekuritas, dan BNI *Ventures*, BNI dapat memberikan layanan terpadu dalam finansial. Dalam rangka menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan usaha yang dinamis, memenuhi kebutuhan seluruh pemangku kepentingan, dan menyelaraskan dengan regulasi terkait pengelolaan konglomerasi lembaga keuangan, BNI melakukan *restatement* visinya “Menjadi Lembaga Keuangan yang Unggul dalam Layanan dan Kinerja”.

Tabel 2. 1 Visi dan Misi Perusahaan BNI

Visi	Menjadi lembaga penyedia keuangan terdepan dan berkelanjutan yang tak tertandingi
Misi	1. Menjadi mitra utama pilihan dan menyediakan layanan dan solusi digital premium untuk semua pelanggan 2. Meningkatkan layanan global untuk mendukung mitra bisnis global kami. 3. Menghasilkan nilai investasi yang lebih besar bagi investor 4. Menciptakan lingkungan kerja terbaik bagi karyawan untuk mendukung pencapaian mereka dan menghargai upaya mereka 5. Meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat terhadap lingkungan 6. Menjadi referensi untuk penerapan tata kelola perusahaan yang baik dan kepatuhan di industri.

Berdasarkan situs website resmi BNI (2026), BNI membangun identitas pertama sejak didirikan pada tahun 1946 dengan lingkaran berwarna merah disertai tulisan BNI 1946 berwarna emas menggambarkan kesatuan, keberanian, dan patriotisme yang mencerminkan semangat juang BNI sebagai bank perjuangan.



Gambar 2. 1 Logo Pertama

Pada tahun 1989, BNI menyiapkan identitas logo baru dan memberi nama “Bahtera Pelayaran di Tengah Samudra” sebagai tanda dan ungkapan harapan masa depan perusahaan, bahwa BNI bertekad untuk mendunia dan menjadi solusi dalam menjawab tantangan globalisasi.



Gambar 2. 2 Logo Kedua

Akibat krisis yang mengguncang BNI pada tahun 1997 perihal krisis moneter yang mengguncang Asia dan Indonesia, BNI membuat makna logo dan identitas baru Perusahaan BNI yang berkaitan langsung dengan upaya dalam meningkatkan citra perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan. Huruf BNI yang diproduksi dengan warna *turquoise* melambangkan pertanda kekuasaan, kewibawaan, dan keunikan. Sedangkan, angka “46” simbolisasi tahun kelahiran BNI (Fabian, 2011).

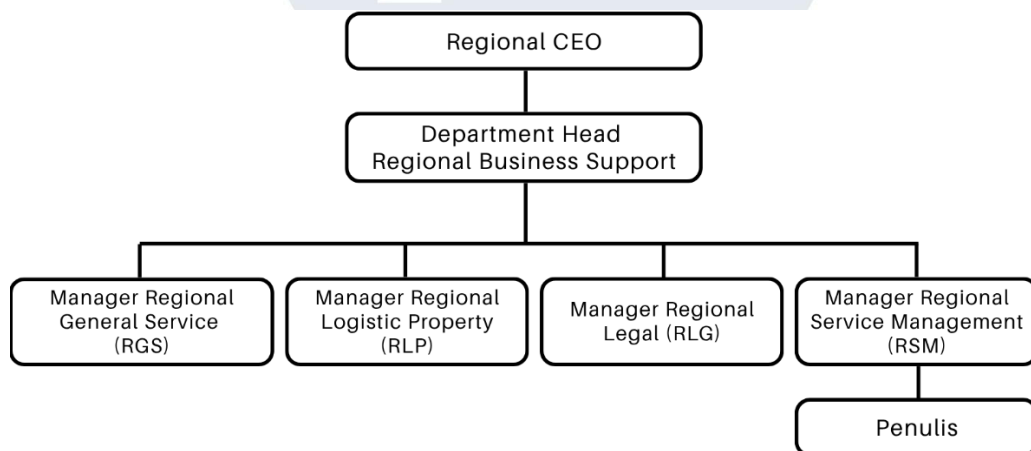


Gambar 2. 3 Logo Ketiga

Dengan demikian, perkembangan logo BNI merupakan representasi komitmen BNI untuk terus berinovasi, berkembang, memperkuat citra perusahaan, dan memperkuat posisinya menjadi salah satu bank BUMN terkemuka menuju Indonesia emas.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan BNI W14 dipimpin oleh Bapak F.A.S. sebagai *Regional Chief Executive Officer* (CEO) BNI W14. Sebagai *Regional CEO*, beliau memiliki tanggung jawab yang paling besar dalam memimpin hingga mengelola seluruh operasional cabang-cabang dibawah BNI W14, seperti memantau kinerja seluruh cabang dibawah BNI W14 berjalan sesuai visi dan misi perusahaan, memastikan dan memantau pencapaian target tercapai, seperti memperluas nasabah dan penyaluran kredit, manajemen risiko, dan masih banyak hal lainnya. Dalam menjalankan tanggung jawabnya, beliau dibantu oleh *Department Head* (DH) dari setiap unit-unit. DH *Regional Business Support* bertanggung jawab dalam memastikan operasional bisnis, mulai dari koordinasi antar unit, cabang-cabang dibawah BNI W14, pengolahan data, dan kinerja regional berjalan dengan lancar dan sesuai dengan kebijakan perusahaan.



Gambar 2. 4 Bagan Struktur Perusahaan BNI W14

Sumber: Olahan Pribadi (2026)

Dibawah naungan HD *Regional Business Support*, terdapat 4 unit yang membantu keberlangsungan operasional BNI W14, antara lain yaitu:

1. *Regional General Service* (RGS)

Unit RGS bertanggung jawab dalam mengelola fasilitas dan operasional *non-bisnis* di lingkup BNI W14, mengurus operasional harian

cabang, dan kegiatan internal kantor. Jika sedang ada kegiatan internal di kantor, membutuhkan transportasi kendaraan, dan membutuhkan ruangan meeting, unit RGS yang akan menyiapkan kebutuhan dari unit-unit di BNI W14.

2. *Regional Logistic Property (RLP)*

Unit RLP bertanggung jawab dalam mengelola aset serta properti wilayah dan cabang atau sentra termasuk proses pengadaan (*procurement*) premises. Unit RLP rutin melakukan pengecekan gedung dan fasilitas pada seluruh cabang-cabang dibawah BNI W14, seperti ruang *meeting*, toilet, ruang *customer service*, AC, *pantry*, dan ruangan lainnya untuk menciptakan lingkungan yang nyaman bagi nasabah dan karyawan.

3. *Regional Legal (RLG)*

Unit RLG bertanggung jawab dalam memastikan seluruh aktivitas operasional dan bisnis perusahaan pada BNI W14 dan cabang-cabang dibawahnya agar berjalan sesuai ketentuan hukum, melalui pemberian legal *advice*, *review* dokumen, penanganan sengketa, dan mitigasi risiko hukum.

4. *Regional Service Management (RSM)*

Unit RSM bertanggung jawab dalam mengelola peningkatan layanan cabang dan digital *channel* serta mengevaluasi standar layanan cabang. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Selain itu, Unit RSM juga bertanggung jawab dalam mengadakan *event* terkait produk BNI, mengelola media sosial serta pembuatan konten, dan melakukan peliputan kegiatan yang diselenggarakan oleh cabang-cabang dibawah BNI W14 maupun dikantor BNI W14.

2.3 Portfolio Perusahaan

1. Kerja sama dengan mitra / klien

BNI terus melakukan inovasi dalam pengembangan layanan perbankan digital sebagai tanggapan terhadap pertumbuhan transaksi digital yang semakin pesat di Indonesia. Dalam mendukung pengembangan

ekosistem digital yang terintegrasi, BNI menjalin kerja sama strategis dengan berbagai mitra dari beberapa sektor industri.

Kerja sama tersebut dilakukan untuk menciptakan solusi layanan digital yang dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat serta memperkuat posisi BNI dalam ekosistem keuangan digital. Beberapa kerja sama yang dilakukan BNI antara lain:

a) *Campus Financial Ecosystem (CFEST)*

CFEST adalah ekosistem pendidikan yang dikembangkan oleh BNI yang bertujuan untuk membantu lembaga pendidikan dan pendidikan tinggi membuat sistem keuangan dan operasional yang terintegrasi, aman, dan efektif. Infrastruktur digital BNI mendukung solusi ini, memungkinkan pengelolaan transaksi dan aktivitas kampus secara *real time*, dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam pendidikan kontemporer, seperti absensi secara *online*, pengecekan nilai, pembayaran kantin, dan lainnya. 3 mitra strategis yang telah melakukan penandatanganan kerja sama dengan BNI adalah PT Indoglobal Nusa Persada, PT Teknologi Kartu Indonesia, dan PT Rizki Tujuhbelas Kelola.

b) *BNI Smart Healthcare*

BNI Smart Healthcare adalah Nasabah BNI yang bekerja di sektor pelayanan kesehatan, seperti rumah sakit, klinik, atau praktik mandiri tenaga kesehatan, dapat menggunakan solusi *BNI Smart Healthcare*. Solusi *BNI Smart Healthcare* menggabungkan layanan perbankan dengan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit untuk memberikan layanan yang mudah dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, seperti memberikan kemudahan akses pelayanan kesehatan dengan digitalisasi layanan dan aplikasi mobile sebagai alur komunikasi. 2 mitra strategis yang telah membuat penandatanganan kerja sama dengan BNI adalah PT Jasa Medika Transmedic dan PT Jejaring Tiga Artha.

c) *Telkomsel & MCAS Group*

Bank Negara Indonesia menjalin kemitraan dengan Telkomsel untuk mensinergikan layanan digital dan menciptakan ekosistem layanan berbasis komunikasi dan digital. Dalam kolaborasi ini, aspek komunikasi digunakan dalam pemanfaatan jaringan seluler untuk mendukung layanan perbankan digital, seperti sistem pembayaran, pemberitahuan, dan interaksi digital dengan nasabah. Oleh karena itu, kemitraan ini merupakan langkah pertama untuk bergerak maju mencapai kedaulatan digital khususnya dibidang perbankan.

Dengan upaya kolaboratif ini, BNI berharap mampu menggali potensi besar dari transaksi digital yang terus berkembang di Indonesia. BNI berusaha tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memimpin dalam menyediakan solusi digital yang bijaksana dan tepat guna. BNI berharap kerjasama ini akan menguntungkan seluruh pihak yang terlibat dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan.

2. Hasil karya dan pencapaian utama

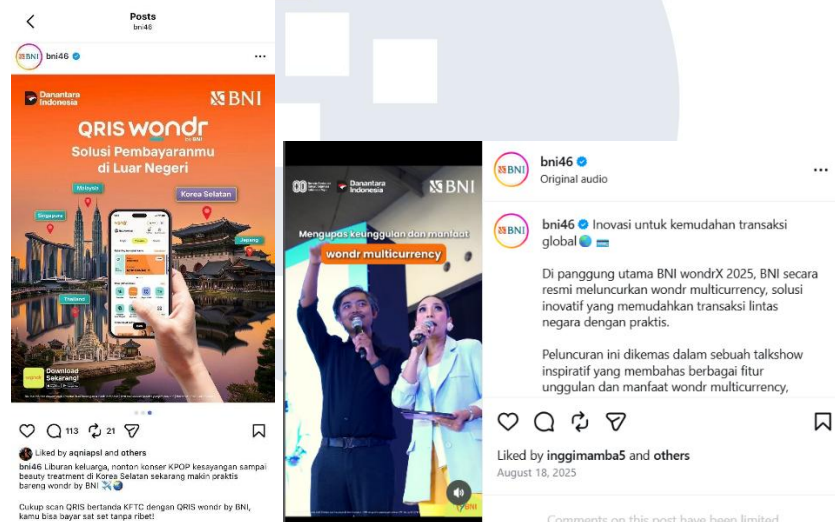
Sebagai salah satu bank negara terbesar di Indonesia, BNI tidak hanya fokus kepada pengembangan bisnis, tetapi juga aktif mengembangkan dan menghadirkan inovasi layanan serta mempertahankan kualitas komunikasi kepada pihak eksternal. Beberapa pencapaian utama BNI antara lain:

1) Penghargaan “*The Best Corporate Communication*”

BNI berhasil mendapat penghargaan dengan kategori “*The Best Corporate Communication*” oleh CNBC Indonesia Award 2020. Hasil riset dari tim CNBC Indonesia mengatakan, bahwa BNI tetap menjaga komunikasi nya kepada karyawan maupun eksternal mengenai kinerja mereka meskipun dalam kondisi Covid-19 pada tahun 2020. Sekretaris perusahaan dengan inisial “M” terkenal responsif dalam menjawab pertanyaan dari wartawan, investor, dan konsumen, sehingga “M” disebut sebagai nahkoda dari divisi komunikasi dan keterbukaan informasi BNI.

2) Wondr Multicurrency

Wondr Multicurrency merupakan fitur yang dikembangkan oleh aplikasi Wondr oleh BNI. Fitur ini memudahkan nasabah untuk dapat mengelola 12 mata uang asing dalam satu rekening yang sama. Inovasi digital tersebut dapat digunakan untuk transaksi di luar negeri tanpa adanya biaya tambahan, penarikan uang tunai ATM di luar negeri, dan menjual membeli valas dengan aplikasi Wondr. BNI memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi marketing untuk mempromosikan keunggulan dari fitur Wondr Multicurrency yang dapat dinikmati oleh nasabah.



Gambar 2. 5 Wondr Multicurrency