BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Bank Internasional Indonesia Tbk didirikan 15 Mei 1959. Setelah mendapatkan izin sebagai bank devisa pada 1988, BII mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (Sekarang Bursa Efek indonesia atau BEI) pada 1989. Sejak menjadi perusahaan publik, BII telah tumbuh menjadi salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia.

Pada 30 September 2008, Maybank Offshore Corporate Services (Labuan) Sdn. Bhd. (MOCS), anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya oleh Malayan Banking Berhad (Maybank), menyelesaikan pengambilalihan 100% saham Sorak Financial Holdings Pte, Ltd, pemilik 55,51% saham BII. Pada Desember 2008, MOCS menyelesaikan penawaran tender untuk sisa saham BII dan meningkatkan kepemilikannya.

BII adalah salah satu bank terbesar di Indonesia dengan jaringan internasional yang memiliki 303 cabang termasuk lima cabang Syariah, serta 893 ATM dan 15 CDM (Cash Deposit Machines) BII di seluruh Indonesia, dan juga sudah terkoneksi dengan lebih dari 20.000 ATM yang tergabung dalam Jaringan ATM PRIMA, ATM BERSAMA, ALTO, CIRRUS dan jaringan MEPS di Malaysia dan sekaligus terhubung dengan lebih dari 2.800 ATM Maybank di Malaysia dan Singapura serta memiliki kantor cabang luar negeri di Mauritius, Mumbai dan Cayman Islands. Per 30 September 2010, total simpanan

nasabah sebesar Rp55 triliun dan aset sebesar Rp72 triliun. BII menyediakan serangkaian jasa keuangan melalui kantor cabang dan jaringan ATM, Phone Banking dan Internet Banking. BII telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BNII) dan aktif di sektor UKM/Komersial, Konsumer dan Korporasi.

BII menyediakan produk dan jasa untuk perusahaan berskala menengah dan komersial serta menyediakan kepada individu produk-produk kartu kredit, KPR, deposito, pinjaman dan layanan wealth management. Sedangkan layanan untuk nasabah korporasi adalah pinjaman, trade finance, cash management, kustodian dan foreign exchange.

BII telah melalui berbagai pergantian logo, yaitu :



Logo BII sebelum 2003



Logo BII pada tahun 2003-2009



Logo BII mulai tahun 2009 (dengan adanya logo Maybank di bawahnya)

Sumber : Wikipedia Indonesia

Gambar 2.1

Logo BII

BII juga telah mendapatkan berbagai penghargaan, diantaranya :

- Desember 2009, Peringkat pertama dalam "10 bank Terbaik dalam Kualitas Layanan" 2009 (Customer Satisfaction Index Survey-CSIS) dari Institute of Service Management Studies (ISMS) dan majalah Infobank
- Oktober 2009

  Menerima tujuh penghargaan "Global Service Index (GSI)" Award dari Omnitouch International :

  1. The Best Use of Up Sell (Gold)
  2. The Best Revenue Generation Standard (Gold)
  3. The Best Demonstration of Understanding the Customer's need (Silver)
  4. The Best Use of Positive Language (Silver)
  5. The Best use's of Customer's Name To Built Report (Silver)

6. The Best Application of Industry Standard IVR Consistency of Voice (Silver)
7. The Best Education (Bronze)

- September 2009, ASIAMONEY AWARD

1. Best Domestic FX provider for innovative FX products and structured ideas in Indonesia (Peringkat Pertama)
2. Best Domestic FX Provider of Single-Bank Electronic Trading Platform in Indonesia (Peringkat Kedua)
3. Best Domestic FX Provider of FX Prime Broking Service in Indonesia (Peringkat Kedua)
4. Best Domestic Provider of FX Services in Indonesia (Peringkat Ketiga)

- Juli 2009, Penghargaan Golden Trophy Infobank Award 2009 untuk Kinerja Keuangan 'Sangat Bagus' 2004-2008 dari Infobank.
- Juni 2009, Penghargaan sebagai The Indonesia Best Wealth Creators Award 2009 (100 Perusahaan dalam peringkat SWA 2009) dari majalah SWA dan Stern Stewart & Co.
- Juni 2009, Meraih peringkat Kedua untuk keseluruhan dan peringkat pertama bagi Syariah dalam Banking Service Excellence Award 2009 dari Marketing Research Indonesia (MRI) dan Infobank
- Mei 2009, Gold Award of Service Quality Award (SQA) 2009 dari majalah Marketing dan Carre – CCSL (Center for Customer Satisfaction and loyalty)

- Mei 2009, Penghargaan GCG Award 2009 untuk kategori Responsibility of the Board dari Indonesia Institute for Corporate Directorship (IICD) dan majalah Business Review.
- Mei 2009, Bank Indonesia Award untuk partisipasi BII dalam merancang Standar Nasional untuk Kartu ATM dan Kartu Debit berbasis Chip di Indonesia.
- Maret 2009, 'Call Center Award 2009 for Service Excellence' dari the Center for Customer Satisfaction & Loyalty (CCSL) untuk layanan nasabah kartu kredit

Bank BII memiliki beberapa nilai perusahaan, yaitu :

1. **Team Work**, Kami bekerja sama sebagai satu tim yang didasari nilai saling menghargai dan rasa kebanggaan
2. **Integrity**, Kami jujur, profesional dan berlandaskan moral dalam semua kegiatan usaha kami
3. **Growth,** Kami memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan pengingkatan dan pembaharuan secara konsisten
4. **Excellence & Efficiency,** Kami berkomitmen untuk menghasikan kinerja yang sempurna dan layanan prima
5. **Relationship Building,** Kami secara berkesinambungan membangun hubungan kerjasama jangka panjang yang saling menguntungkan kajshiaudisoAakPK

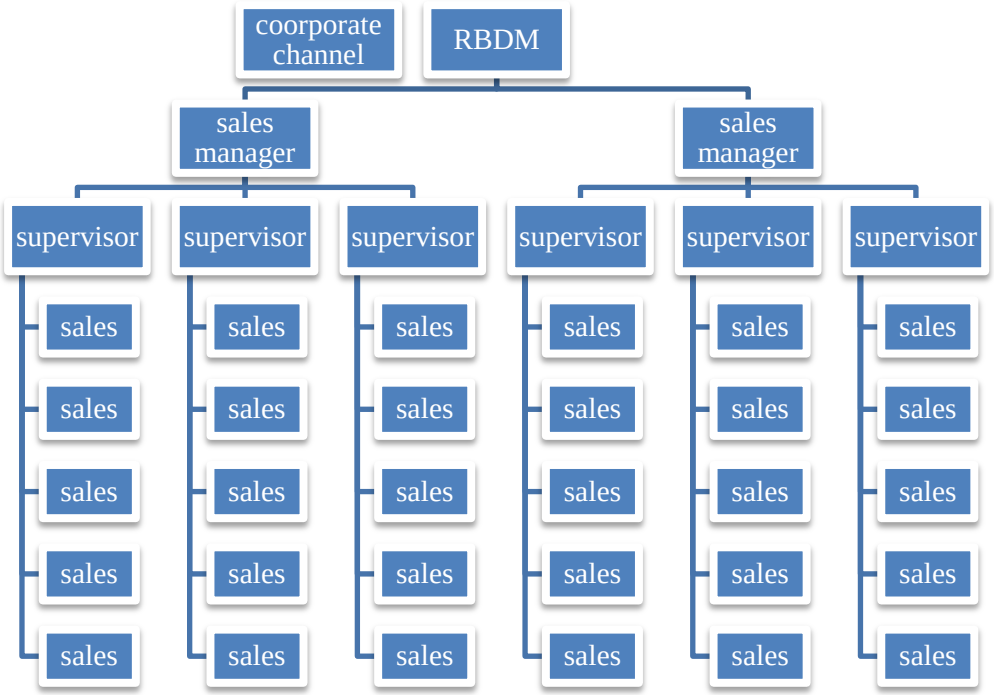
2.1.1 Visi

Menjadi *relationship bank* terkemuka di Indonesia yang hadir di tengah-tengah komunitas, memberikan layanan melalui produk dan solusi sesuai dengan kebutuhan serta layanan yang berkualitas tinggi

2.1.2 Misi

Humanizing Financial Services

2.2 Struktur Organisasi



Sumber : Kantor Sales Center PT. Bank Internasional Indonesia TBK. Cabang Bandung

Gambar 2.2

Struktur Organisasi

2.3 Deskripsi Jabatan

1. Coorporate Channel

Melakukan diskusi dengan para perusahaan yang belum bekerjasama dengan BII agar mau melakukan kerjasama dengan Bank BII dalam bentuk apapun, seperti penggajian karyawan malalui Bank BII, pinjaman untuk modal perusahaan, dan pinjaman untuk seluruh karyawan.

2. RBDM (Regioal Business Develop Manager)

Membawahi beberapa Sales Manager yang tugasnya sebagai berikut :

a. Memeriksa aplikasi yang masuk melalui report
b. Memberikan motivasi dan support kepada Sales Manager, SPV, Sales agar target tercapai.
c. Memberikan solusi apabila target tidak tercapai
d. Mengurangi kredit macet

3. Sales manager

Bertanggung jawab dalam merencanakan, mengarahkan, memonitor dan mengevaluasi sistem kerja sales di cabang, dealers dan grosir, inventory stock, piutang serta strategi marketing yang akurat dan efektif untuk mencapai target sales perusahaan

4. Supervisor

Memberikan kontribusi yang cukup besar pada perusahaan, karena pada jabatan ini berhubungan langsung dengan konsumen akhir maupun konsumen bisnis yang potensial. Selain itu jabatan ini juga harus mampu melakukan riset mengenai produk yang sedang diminati oleh pasar, dan melakukan negosiasi dilapangan serta memberikan arahan kepada para tenaga penjual agar target perusahaan dapat tercapai.

5. Sales

Sales Marketing merupakan jabatan yang bertanggung jawab atas pencapaian target penjualan perusahaan yang telah ditetapkan. Tugas utama dari jabatan ini yaitu melakukan penjualan produk perusahaan, mendapatkan konsumen baru dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang telah ada.

2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Kantor Sales Center PT. Bank Internasional Indonesia TBK. Cabang Bandung merupakan kantor pemasaran produk dari PT. Bank Internasional Indonesia yang memiliki cabang di kota Bandung.

Kantor Sales Center PT. Bank Internasional Indonesia TBK. Cabang Bandung memiliki aspek kegiatan pemasaran produk, yaitu :

1. **PITA (Pinjaman Tanpa Agunan)**

Salah satu faslitas pemberian pinjaman tunai tanpa jaminan dimana apabila disetujui maka pencairan dana tersebut dapat akan ditransfer ke rekening nasabah di BII atau di Bank lain.

2. **Kartu Kredit**

Produk yang memberikan keleluasaan kepada customer untuk melakukan pembelanjaan / transaksi melalui kartu kredit yang dibatasi dengan pagu kredit (Credit Limit).