

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian *Add-ins*

Add-ins disebut juga sebagai program, *software* atau komponen tambahan yang dapat meningkatkan kemampuan dari *software* utama.

2.1.2 Pengertian Smart View

Smart View adalah *add-ins* yang dirancang Oracle Foundation khusus untuk *Enterprise Performance Management* (EPM) dan *Business Intelligence* (BI), dengan Smart View *user* bisa melihat, mengimpor, memanipulasi, mendistribusikan dan berbagi data di Microsoft. Dengan kata lain Smart View bertujuan agar produk Microsoft Office (Word, Excel dan PowerPoint) mampu melakukan *interface* ke aplikasi Hyperion Planning.

Source : (<http://www.oracle.com/technetwork/middleware/smart-view-for-office/overview/index.html>).

2.1.3 Pengertian Hyperion

Hyperion adalah sebuah aplikasi yang terpadu dan dirancang oleh Oracle Foundation yang mendukung *Enterprise Performance Management* (EPM) dan *Business Intelligence* (BI) yang komprehensif untuk *planning*, *budgeting* dan *forecasting*. Aplikasi ini merupakan solusi bisnis yang bertujuan mematangkan proses perencanaan keuangan dan operasional perusahaan. Hyperion Planning adalah cara efektif dan efisien bagi perusahaan dalam menyusun perencanaan dan *forecast* bisnis secara *step by step*, serta untuk merealisasikan tujuan dan target

operasional. Mengapa efektif dan efisien? Karena segala prosesnya dapat dimonitor secara terpusat melalui internet, intranet maupun *web browser* standar lainnya. Source : (<http://www.oracle.com/technetwork/middleware/planning/overview/index.html>).

2.1.4 Pengertian *Budget/Anggaran*

Menurut Arikunto (2010:1), “Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit atau kesatuan moneter yang berlaku untuk jangka waktu yang akan datang”.

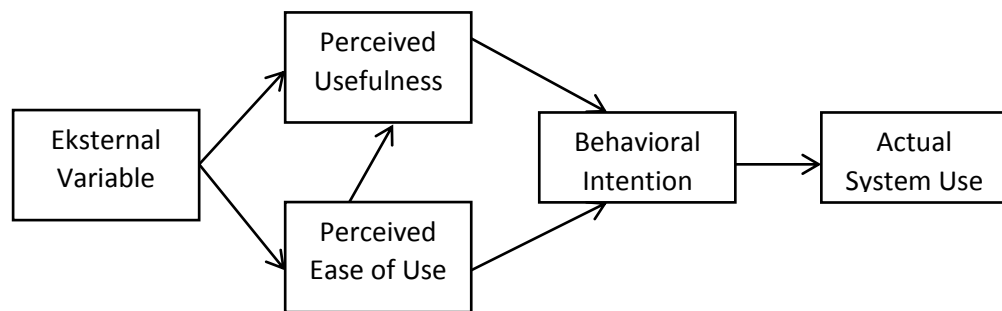
Menurut Nafarin (2013:11), “Anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang maupun jasa”.

2.1.5 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sekitar tahun 1970 kebutuhan akan teknologi terus meningkat, tetapi disisi lain banyak organisasi yang gagal dalam menerapkan teknologi. Banyak peneliti yang mencoba mengkaji fenomena itu tetapi kebanyakan penelitian yang dilakukan gagal memberikan penjelasan mengenai penerimaan atau penolakan sebuah sistem (Davis, 1988). Tahun 1985 Davis merumuskan sebuah teori baru, *Technology Acceptance Model (TAM)* dan disertai dengan judul “*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information System: Theory and Result*”.

Teori TAM merupakan pengembangan dari *Theory or Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan Fishbein dan Ajzen (1975) dengan satu premis bahwa

reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan mempengaruhi sikap dan perilaku orang tersebut. TAM adalah model yang banyak dikutip dalam penelitian mengenai penerimaan suatu teknologi dan TAM telah mengalami beberapa kali revisi sejak dirumuskan pertama kali. Versi *final* teori TAM dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar II.1 : Technology Acceptance Model Final

Sumber : Chuttur (2010, hlm.10)

Dari gambar di atas dapat dipahami hubungan antar konstruksi yang terdapat dalam TAM. Konstruksi *eksternal variable* dinilai akan mempengaruhi konstruksi *perceived ease of use* dan konstruksi *perceived usefulness*. Konstruksi *perceived ease of use* dianggap akan berpengaruh terhadap konstruksi *perceived usefulness*. Di lain pihak kedua konstruksi tersebut (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) mempengaruhi konstruksi *behavioral intention to use* yang mana *behavioral intention to use* akan mempengaruhi konstruksi *actual system use*. Kesimpulan TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna terhadap suatu sistem akan mempengaruhi sikap pengguna. Selain itu juga jelas tergambar bahwa penerimaan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh kemanfaatan

(*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Kedua memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang sudah teruji secara empiris.

1. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan didefinisikan Davis sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Sistem harus dapat digunakan dengan mudah tanpa usaha yang dianggap memberatkan pengguna untuk menghindari penolakan dari pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor dalam model TAM yang telah diuji dalam penelitian Davis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor persepsi kemudahan terbukti dapat menjelaskan alasan seseorang dalam menggunakan sistem dan menjelaskan bahwa sistem baru yang sedang dikembangkan dapat diterima oleh pengguna. Faktor-faktor yang mempengaruhi anggapan kemudahan suatu sistem adalah sebagai berikut :

a. Mudah dipelajari (*Ease to Learn*)

Sistem yang baik salah satunya ditentukan oleh kemudahan untuk mempelajarinya. Apabila sistem terlalu sulit untuk dipelajari pengguna akan enggan untuk menggunakannya. Anggapan kemudahan pemakaian Smart View salah satunya ditentukan dengan kemudahan untuk mempelajarinya.

b. Dapat dikontrol (*Controllable*)

Sistem dianggap mudah apabila dapat dikendalikan sesuai yang diinginkan oleh penggunaannya dan ia dapat menemukan apa yang ingin

mereka lakukan. Misalnya pengguna ingin melakukan sirkulasi harus dapat menentukan dengan mudah dimana menu sirkulasi berada.

c. Jelas dan dapat dipahami (*Clear and Understantable*)

Kemudahan suatu sistem juga dipengaruhi oleh kejelasan tatap muka (*interface*) dan menu-menu yang ada di dalamnya sehingga memudahkan interaksi pengguna dengan sistem, hal ini termasuk juga pada Smart View.

d. Fleksibel (*Flexible*)

Sistem yang fleksibel akan sangat memudahkan penggunanya. Pengguna akan lebih suka menggunakan sistem yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dirinya maupun kebutuhan tempat ia bekerja. Penggunaan Smart View juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan, baik dari segi kemampuan maupun dari segi tampilan (*user friendly*).

e. Mudah mahir (*Easy to become skillful*)

Apabila pengguna sudah mahir menggunakan suatu sistem dalam waktu yang cepat, pengguna akan menilai kalau sistem yang digunakannya itu mudah digunakan. Hal ini dapat dilihat dari berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mahir menggunakan program tambahan Smart View ini.

f. Mudah digunakan (*Easy to Use*)

Secara umum sistem dianggap mudah apabila tidak memerlukan usaha keras untuk menggunakan sistem itu dan berlaku sebaliknya. Bila pengguna harus mengeluarkan usaha keras berarti sistem tersebut tidak

mudah. Pengguna akan menganggap bahwa memanfaatkan Smart View itu mudah kalau Smart View mampu memenuhi kriteria tersebut diatas.

2. Persepsi kebermanfaatan/kegunaan (*Perceived Ease of Use*)

Davis mendefinisikan *perceived usefulness* adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan untuk menggunakannya atau tidak. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang mempunyai kepercayaan bahwa suatu sistem kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Menurut Davis suatu sistem dikatakan bermanfaat oleh penggunanya dengan indikator sebagai berikut :

a. Mempercepat pekerjaan (*Work More Quickly*)

Suatu sistem baru dianggap bermanfaat apabila dapat memangkas waktu yang dibutuhkan untuk melakukan suatu pekerjaan. Pengguna juga akan menilai Smart View bermanfaat kalau mampu mempercepat pekerjaan yang ada, misal mempersingkat waktu yang diperlukan untuk penginputan *budget*/anggaran.

b. Meningkatkan performa (*Improve Job Performance*)

Sistem baru dikatakan bermanfaat kalau dapat meningkatkan performa penggunanya. Pengguna harus dapat memberikan kualitas pekerjaan yang lebih bagus. Dengan menggunakan Smart View pengguna bisa menjadikannya sebagai kertas kerja sekaligus *form* penginputan *budget*/anggaran.

c. Meningkatkan Produktivitas (*Increase Productivity*)

Pemanfaatan sistem baru diharapkan dapat meningkatkan produktivitas pengguna. Dalam waktu yang sama, dengan menggunakan Smart View pengguna dapat menghasilkan sesuatu dalam jumlah lebih banyak.

d. Efektivitas (*Effectiveness*)

Efektivitas kerja harus semakin meningkat seiring dengan penerapan sistem baru. Smart View harus mampu meningkatkan keberhasilan dalam melakukan suatu pekerjaan dengan memanfaatkannya.

e. Mempermudah pekerjaan (*Make Job Easier*).

Salah satu tujuan pemanfaatan sistem baru juga adalah untuk mempermudah pekerjaan. Kalau dengan sistem baru justru mempersulit pekerjaan dapat dikatakan bahwa sistem yang digunakan tidak berguna. Smart View dikatakan bermanfaat kalau menjadikan pekerjaan yang awalnya sulit menjadi lebih mudah dengan adanya Smart View.

f. Bermanfaat (*Usefull*)

Pengguna yang merasa terbantu dengan adanya suatu sistem akan menilai bahwa sistem yang digunakannya secara umum bermanfaat. Pengguna akan menganggap Smart View bermanfaat kalau pengguna merasa terbantu dalam penginputan *budget*/anggaran.

2.2 Penelitian Terkait

Dalam penelitian ini, penulis mengutip dari penelitian sebelumnya terkait penggunaan metode penelitiannya dalam jurnal online berikut :

Menurut Syafrizal Agusdi dkk (2015:2) mengatakan bahwa : Penerapan model *Technology Acceptance Model* (TAM) bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap media pembelajaran yang berbentuk multimedia interaktif. Pada umumnya, dosen hanya mengandalkan metode ceramah dan tanya jawab di dalam proses pembelajaran. Dalam artikel ini dosen mengajar meminta untuk menginovasi sistem pembelajaran, yaitu dengan menggunakan multimedia interaktif. Peneliti menggunakan jenis data kuantitatif, dengan metode analisis yang digunakan adalah deskriptif, sedangkan metode pengumpulan data diperoleh dari kuesioner dan observasi. Untuk memahami penerimaan dan penggunaan media pembelajaran berbasis multimedia interaktif bisa diukur dengan menggunakan model penerimaan teknologi (TAM). Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan Teknologi Informasi (TI). Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerima penggunaan TI dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*).

Menurut Zarnelly (2017:3) mengatakan bahwa : Setiap tahun fakultas-fakultas dan unit-unit yang ada di UIN SUSKA RIAU mengajukan anggaran kepada Bagian Perencanaan. Kemudian bagian perencanaan akan merapatkannya di level pimpinan, beberapa masalah yang sering muncul adalah banyak kegiatan yang hilang tanpa diketahui oleh prodi dan fakultas, serapan anggaran yang rendah dan pelaporan yang belum maksimal. Bagian Perencanaan akan merapatkan semua usulan yang diajukan Fakultas atau Unit, seringkali disini terjadi salah penafsiran, Bagian Perencanaan menghilangkan beberapa kegiatan yang diusulkan fakultas tanpa konfirmasi terlebih dahulu, sehingga fakultas harus menerima begitu saja anggaran yang disetujui dan telah dimodifikasi oleh Bagian Perencanaan. Hal ini akan berimbas kepada kegiatan di Fakultas dan jurusan, seringkali kegiatan yang diusulkan oleh jurusan dianggap tidak penting oleh Bagian Perencanaan, sehingga dihilangkan dari anggaran. Disamping itu, pemantauan pelaksanaan anggaran juga belum optimal, sehingga bendahara atau Bagian Keuangan merasa kesulitan untuk menghitung berapa anggaran yang sudah terserap dan berapa yang belum. Untuk pelaporan juga mengalami kesulitan karena semuanya dilakukan secara manual. Untuk mengatasi permasalahan diatas, perlu dibuat sebuah Sistem yang akan membantu pihak Fakultas, Bagian Perencanaan dan Bagian Keuangan saling berkomunikasi dan berkordinasi dalam membuat Anggaran, sehingga didapat anggaran yang realistis dan dapat diwujudkan secara nyata, Sistem yang akan dibangun adalah Sistem Informasi E-Budgeting, menggunakan metode Berorientasi Objek, menggunakan Diagram UML untuk menggambarkan proses bisnisnya, seperti *Use Case Diagram*, *Class Diagram*, *Sequence*

Diagram dan Activity Diagram. Diharapkan Sistem ini mampu menyelesaikan semua permasalahan anggaran di UIN SUSKA RIAU.

Dapat disimpulkan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penyusunan *budget*/anggaran perusahaan perlu menggunakan aplikasi yang sesuai kebutuhan namun perlu diproses seleksi menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) agar tujuan tersebut diatas bisa tercapai.

2.3 Tinjauan Organisasi/Objek Penelitian

2.3.1. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan.

Penelitian dilakukan di :

Tempat : PT. Bank Central Asia, Tbk

Alamat : Divisi Individual Customer Business Development Menara BCA
Lantai 30 Jl. M. H. Thamrin no.1 Menteng, Jakarta Pusat 10310
Telp (021) 23588000

Profil : PT. Bank Central Asia, Tbk adalah perusahaan dibidang
Perbankan.

Waktu : Juli – November 2016

2.3.2 Sejarah Perusahaan

BCA secara resmi berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV. Banyak hal telah dilalui sejak berdirinya itu, dan barangkali yang paling signifikan adalah krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Krisis ini membawa dampak yang luar biasa pada keseluruhan sistem perbankan di Indonesia. Namun, secara khusus kondisi ini mempengaruhi aliran dana tunai di BCA dan bahkan sempat mengancam kelanjutannya. Banyak nasabah menjadi panik lalu beramai-ramai menarik dana mereka. Akibatnya, bank terpaksa meminta bantuan dari pemerintah Indonesia. Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) lalu mengambil alih BCA di tahun 1998.

Berkat kebijaksanaan bisnis dan pengambilan keputusan yang arif, BCA berhasil pulih kembali dalam tahun yang sama. Di bulan Desember 1998, dana pihak ketiga telah kembali ke tingkat sebelum krisis. Aset BCA mencapai Rp 67.93 triliun, padahal di bulan Desember 1997 hanya Rp 53.36 triliun. Kepercayaan masyarakat

pada BCA telah sepenuhnya pulih dan BCA diserahkan oleh BPPN ke Bank Indonesia di tahun 2000.

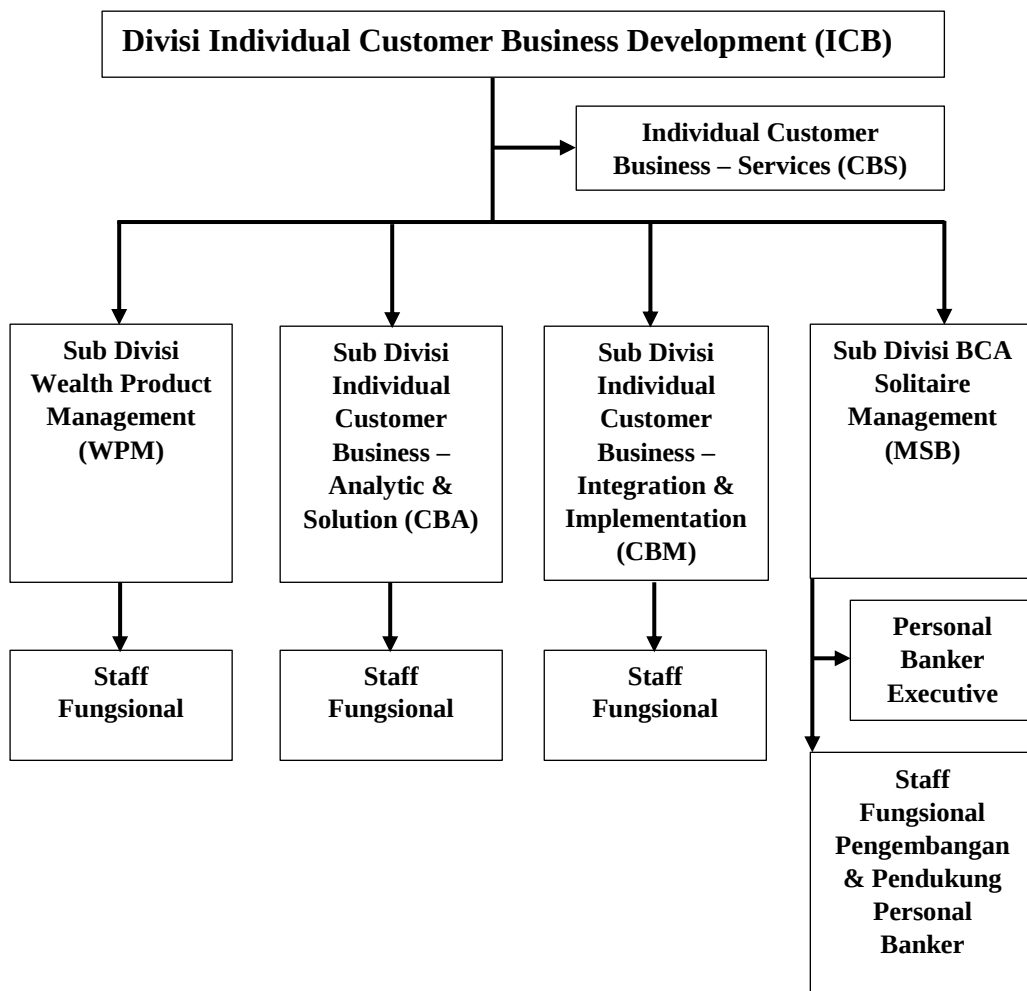
Selanjutnya, BCA mengambil langkah besar dengan menjadi perusahaan publik. Penawaran Saham Perdana berlangsung di tahun 2000, dengan menjual saham sebesar 22,55% yang berasal dari divestasi BPPN. Setelah Penawaran Saham Perdana itu, BPPN masih menguasai 70,30% dari seluruh saham BCA. Penawaran saham ke dua dilaksanakan di bulan Juni dan Juli 2001, dengan BPPN mendivestasikan 10% lagi dari saham miliknya di BCA.

Dalam tahun 2002, IBRA melepas 51% dari sahamnya di BCA melalui tender penempatan privat yang strategis. Farindo Investment, Ltd., yang berbasis di Mauritius, memenangkan tender tersebut. Saat ini, BCA terus memperkuat tradisi tata kelola perusahaan yang baik, kepatuhan penuh pada regulasi, pengelolaan risiko secara baik dan komitmen pada nasabahnya baik sebagai bank transaksional maupun sebagai lembaga intermediasi finansial.

2.3.3 Struktur Organisasi dan Fungsi

1. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah wadah bagi sekelompok orang untuk bekerjasama dalam rangka untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mencapai tujuan tersebut agar efektif dan efisien maka harus didukung seperangkat prinsip dalam bekerjasama antar salah satu dengan lainnya. Atas dasar inilah pembuatan struktur organisasi harus dijalankan dan memenuhi tugas dan tanggung jawab dalam menjalankannya. Adapun struktur organisasi pada wilayah **PT. BANK CENTRAL ASIA, Tbk** kantor pusat Divisi Individual Customer Business adalah sebagai berikut:



Gambar II.2 : Struktur Organisasi Divisi Individual Customer Business

Development PT. Bank Central Asia

Sumber : Struktur Organisasi Divisi Individual Customer Business Development

PT. Bank Central Asia kantor pusat.

2. Fungsi dan Tugas Pokok

Divisi Individual Customer Business Development–ICB dibentuk untuk mendukung SBU perbankan Individu dalam mencapai dan meningkatkan *Quality Growth* melalui pengelolaan hubungan secara menyeluruh total *relationship management* serta pemasaran total solusi perbankan yang tepat

terhadap nasabah individu. ICB di kepalai oleh seorang Kepala Divisi yang membawahkan langsung :

- a. Sub Divisi Wealth Product Management, dipimpin oleh Kepala Sub Divisi *Wealth Product Management* dan membawahkan *Staff Fungsional*,
- b. Sub Divisi Individual Customer Business–Analytics & Solution, dipimpin oleh Kepala Sub Divisi Individual Customer Business–Analytics & Solution dan membawahkan *Staff Fungsional*,
- c. Sub Divisi Individual Customer Business–Integration & Implementation, dipimpin oleh Kepala Sub Divisi Individual Customer Business–Integration & Implementation dan membawahkan *Staff Fungsional*,
- d. Sub Divisi BCA Solitaire Management, dipimpin oleh Kepala Sub Divisi Solitaire Management dan membawahkan:
 - 1) *Staff Fungsional Personal Banker Executive*.
 - 2) *Staff Fungsional Pengembangan & Pendukung Personal Banker*.
- e. Individual Customer Business–Services, dipimpin oleh Kepala Individual Customer Business – Services dan membawahkan *Staff Fungsional*.

Adapun tugas pokok masing masing sub divisi adalah sebagai berikut :

- a. Sub Divisi Wealth Product Management yaitu menyusun strategi pengembangan, pengelolaan dan pemasaran *wealth product* (seperti *bancassurance*, ORI, reksadana, dll) meliputi :
 - 1) Menggali kebutuhan nasabah individu, mengumpulkan informasi mengenai kondisi industri dan *wealth product*, serta melakukan analisis data terkait untuk pengembangan *wealth product* dan fitur-fitur lainnya.

- 2) Menyusun dan menetapkan strategi pengembangan dan pemasaran *wealth product* untuk mempercepat pencapaian sasaran bisnis.
 - 3) Melakukan kerjasama dengan perusahaan mitra, institusi dan unit kerja terkait dalam mengembangkan *wealth product* (seperti *bancassurance*, ORI, reksadana, dll).
 - 4) Melakukan kerjasama dengan unit kerja terkait dalam mendesain, mengembangkan dan mengimplementasikan proses penjualan *wealth product*.
 - 5) Mengevaluasi secara berkala kinerja *wealth product*, baik dari segi kepuasan nasabah, pencapaian target bisnis dan kinerja perusahaan mitra.
 - 6) Memantau dan mengelola persediaan dan distribusi materi promosi *wealth product* bersama unit kerja terkait.
 - 7) Memantau dan memastikan saran, masukan dan keluhan pemasaran *wealth product* di jaringan kantor cabang ditanggapi sesuai dengan batas waktu penyelesaian yang ditetapkan.
 - 8) Menyusun rencana anggaran dan memantau penggunaannya.
- b. Sub Divisi Individual Customer Business–Analytics & Solution meliputi:
- 1) Mengkaji dan mengintegrasikan seluruh program kerja di SBU Perbankan Individu agar sesuai arahan/strategi perusahaan.
 - 2) Mengidentifikasi peluang bisnis serta perbaikan proses operasi untuk menghasilkan berbagai inisiatif (strategi bisnis, produk, proses, *marketing campaign*, dsb).

- 3) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan program kerja, serta mengusulkan perbaikannya.
- 4) Merumuskan dan mengembangkan konsep serta kebijakan CRM yang berlandaskan pada konsep *customer centrality*, meliputi:
 - a) Mengidentifikasi segmentasi nasabah berdasarkan berbagai parameter yang mencerminkan perbedaan profil nasabah.
 - b) Menyusun dan menjabarkan konsep *customer centrality* dan *single customer view* yang dapat diterapkan di BCA.
 - c) Mengembangkan konsep pengukuran *customer profitability*, *customer loyalty*, *customer satisfaction*, *cross-sell index* serta ukuran lainnya untuk mendukung pengukuran kinerja yang bersifat *customer focus*.
 - d) Menyusun strategi transformasi dan rencana kerja untuk mengimplementasikan konsep yang telah dirumuskan.
 - e) Mengevaluasi implementasi konsep dan strategi yang telah diimplementasikan serta mencari solusi untuk perbaikannya.

- f) Menyusun konsep dan strategi untuk membership BCA Prioritas dan BCA Solitaire, yang mencakup antara lain:
- 1) Mengembangkan *business model, membership criteria, membership value proposition, acquisition & retention strategy, customer risk profiling & appetite, loyalty program, campaign management, product mixed & solution*.
 - 2) Mencari inisiatif baru untuk mengembangkan *capacity* dan *capability* BCA dalam memperbesar membership BCA Prioritas dan BCA Solitaire yang memanfaatkan sumber daya, infrastruktur dan jaringan yang ada.
 - 3) Melakukan evaluasi dan memberikan *feedback* atas *benefit & privilege partnership* yang telah dilakukan oleh unit kerja terkait.
- c. Tugas pokok pada Sub Divisi Individual Customer Business–Integration & Implementation meliputi:
- 1) Mengembangkan *benefit* dan *privilege partnership* dan strategi komunikasi untuk memperkuat positioning BCA Prioritas dan BCA Solitaire, serta mengimplementasikan konsep *total relationship management* BCA Prioritas dan BCA Solitaire, meliputi:
 - a) Mengembangkan strategi *benefit* dan *privilege partnership* yang dapat memberikan *competitive advantage* serta menunjang peningkatan loyalitas *membership*.

- b) Mengembangkan strategi komunikasi dan promosi yang dapat meningkatkan *awareness* dan *image* BCA Prioritas dan BCA Solitaire.
 - c) Mengembangkan bisnis BCA Prioritas dan BCA Solitaire di seluruh jaringan yang ada.
 - d) Menyusun strategi pengembangan jaringan BCA Prioritas dan BCA Solitaire.
 - e) Mengimplementasikan jaringan, layanan dan operasi BCA Prioritas dan BCA Solitaire dalam mendukung pencapaian strategi pengembangan yang telah ditetapkan.
 - f) Mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas di BCA Prioritas dan BCA Solitaire agar mampu melakukan pengembangan hubungan yang baik dan memberikan total solusi kepada nasabah.
- 2) Menjalankan peran sebagai kolaborator antar unit kerja di Kantor Pusat agar dapat mengembangkan solusi tepat dan terpadu untuk kebutuhan nasabah individu, meliputi :
- a) Mempelajari dan menganalisa informasi *behavior*, *profile* dan *needs* nasabah individu yang didapatkan dari berbagai sumber (misal: hasil *customer analytics* CRM, informasi dari SPECTA, hasil *survey*, dll).
 - b) Memanfaatkan *customer data analytics* dan melakukan kerjasama dengan pihak terkait di kantor pusat/cabang/wilayah untuk menjadi *best financial solution provider* dengan merencanakan dan

mengembangkan model/inovasi/inisiatif pemasaran serta *product bundling*.

- c) Menyusun strategi dan panduan implementasi (*pilot project*/secara nasional) atas model/inovasi/inisiatif pemasaran serta *product bundling* yang telah dikembangkan.
 - d) Melakukan persiapan implementasi, yang mencakup sosialisasi dan edukasi ke cabang model/cabang/wilayah, persiapan sarana/*tools*/infrastruktur yang dibutuhkan, dll.
 - e) Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait cabang model/cabang/wilayah dalam mengimplementasikan model/inovasi/inisiatif pemasaran serta *product bundling* yang telah disepakati.
 - f) Memonitor, mengukur dan melakukan penyesuaian/*improvement/enhancement* yang diperlukan, agar tetap sesuai dengan perencanaan dan searah dengan obyektif yang telah ditetapkan
- 3) Menjadi mitra cabang/wilayah dalam pengembangan hubungan dan pemasaran total solusi perbankan kepada nasabah individu sesuai dengan fokus yang ditetapkan, meliputi :
- a) Menjadi *first contact* cabang/wilayah dalam mencari solusi atas permasalahan yang terkait dengan pengembangan hubungan dan pemasaran total solusi perbankan kepada nasabah individu.
 - b) Mengidentifikasi dan menganalisa kendala-kendala yang dihadapi oleh cabang/wilayah dalam pengembangan hubungan dan pemasaran total solusi perbankan kepada nasabah individu.

- c) Melakukan koordinasi dengan unit kerja terkait dalam penyelesaian kendala yang dihadapi oleh cabang/wilayah.
 - d) Menjadi *enabler* cabang agar dapat menetapkan fokus dan strategi pemasaran total solusi perbankan kepada nasabah individu secara tepat dan efektif berdasarkan hasil *data analytic* dan pemetaan potensi local
 - e) Melakukan sosialisasi, edukasi dan *refreshment* program kepada cabang/wilayah secara berkesinambungan untuk peningkatan *knowledge*, *skill* dan kompetensi staf yang terkait dengan pengembangan hubungan dan pemasaran total solusi perbankan kepada nasabah individu
 - f) Mengukur dan memampukan SDM cabang/wilayah dalam pengembangan hubungan dan pemasaran total solusi perbankan kepada nasabah individu agar dapat diambil langkah-langkah perbaikan kualitas dan kompetensi SDM.
 - g) Mendukung cabang/wilayah dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran dan penjualan bersifat lokal.
- d. Tugas pokok pada Sub Divisi BCA Solitaire Management meliputi:
- 1) Mengimplementasikan strategi pendalaman hubungan nasabah BCA Solitaire untuk meningkatkan *relationship*, loyalitas dan bisnis dari nasabah BCA Solitaire meliputi :
 - a) Menjadi mitra cabang atau kantor wilayah dalam mengimplementasikan strategi pendalaman hubungan nasabah

BCA Solitaire untuk meningkatkan *relationship*, loyalitas dan bisnis dari nasabah BCA Solitaire.

- b) Memberikan *advice* total solusi perbankan bagi nasabah BCA Solitaire, dan juga hal-hal yang akan mempengaruhi *portfolio* nasabah.
 - c) Memberikan layanan khusus kepada nasabah BCA Solitaire.
 - d) Meningkatkan *Asset Under Management* (AUM) dan profitabilitas BCA Solitaire.
- 2) Meningkatkan kemampuan Personal Banker (PB) termasuk dengan Kepala BCA Solitaire di kantor wilayah dalam penanganan terhadap nasabah BCA Solitaire, meliputi:
- a) Mengidentifikasi kebutuhan peningkatan *skill* dan *knowledge* PB, agar sesuai dengan standar yang ditetapkan.
 - b) Merekomendasikan kualifikasi dan kompetensi, *job description* serta *career path* untuk PB secara berkala kepada unit kerja terkait.
 - c) Memberikan masukan atas kinerja PB Wilayah dan Kepala Solitaire ke kantor wilayah untuk kebutuhan penilaian kinerja dan pengembangan karir.
 - d) Membantu kelancaran pekerjaan serta penyelesaian tugas di BCA Solitaire.
- e. Tugas pokok pada Individual Customer Business Services-CBS meliputi:
- 1) Mengoordinasikan penyusunan anggaran tahunan divisi, memantau dan mengevaluasi realisasi penggunaannya.

- 2) Mengkonsolidasikan penyusunan target divisi, memantau dan melaporkan pencapaiannya.
- 3) Mengkoordinasikan tagihan-tagihan dari pihak luar dan *reimbursement* yang sudah memenuhi syarat pembayaran ke unit kerja terkait.
- 4) Mengkoordinasikan pemesanan, pembelian, penerimaan dan pendistribusian aktiva tetap, barang persediaan (kebutuhan logistik) dll untuk keperluan divisi.
- 5) Mengkoordinasikan kebutuhan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia di divisi.
- 6) Menyelenggarakan *event* yang mengedepankan solusi atau lebih dari satu produk dalam koordinasi dengan unit kerja dan *vendor*, serta melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan *event* tersebut
- 7) Mengkoordinasikan tindak lanjut atas temuan *audit* agar penyelesaiannya dapat dilakukan sesuai *service level* yang ditetapkan, serta memastikan kelengkapan dokumentasinya
- 8) Menyediakan dan mendistribusikan laporan untuk keperluan internal maupun eksternal.
- 9) Memantau dan mengevaluasi secara periodik skema kerjasama dengan mitra kerja yang ada.
- 10) Melaksanakan kegiatan operasional dan administratif yang terkait dengan kegiatan divisi.

2.3.4 Visi, Misi & Tata Nilai Perusahaan

1. Visi

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. (*To be the bank of choice and a major pillar of the Indonesian economy*).

2. Misi

Misi dari perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Membangun Institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan. (*To build centers of excellence in payment settlements and financial solutions for businesses and individuals*).
- b. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah. (*To understand diverse customer needs and provide the right financial services to optimize customer satisfaction*).
- c. Meningkatkan nilai *franchise* dan nilai *stakeholder* BCA. (*To enhance our corporate franchise and stakeholders value*).

3. Tata Nilai Perusahaan

Adapun tata nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Fokus pada nasabah (*Customer Focus*).
- b. Integritas (*Integrity*).
- c. Kerja sama Tim (*Teamwork*).
- d. Berusaha Mencapai yang Terbaik (*Continuous Pursuit of Excellence*).