

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Umum

Selama kurun waktu akhir tahun 1800an hingga tahun 1930 industri perikanan Bagan siapi-api mengalami puncaknya. Kekayaan udang dan ikan di Sungai Rokan melimpah ruah, harga garam saat itu murah sehingga industri Ikan Asin tumbuh dan berkembang di Bagan siapi-api dan permintaan ikan di Jawa juga meningkat, saat itu ikan-ikan di Jawa didatangkan dari Bagan siapi-api. Era keemasan industri perikanan di Bagan siapi-api tidak berlangsung lama karena adanya pendangkalan di muara sungai rokan sehingga jumlah ikan di Bagan siapi-api berkurang.

Namun disaat jumlah ikan yang berkurang ,jumlah udang semakin banyak, sehingga disaat itu ekspor terasi semakin meningkat, karena terasi dibuat dari udang, dan saat itu juga harga garam sangat mahal. Pemerintah disaat itu menunjuk suatu perusahaan di Bagan siapi-api untuk mendistribusikan garam dengan harga tetap dan juga pemerintah membuat sebuah kebijakan untuk menstabilkan harga garam sehingga Industri dan ekspor perikanan di bagansiapiapi kembali tumbuh.

Untuk menunjang perekonomian kota Bagan siapi-api pemerintah disaat itu membentuk suatu bank yang memberikan pinjaman dengan suku bunga yang rendah dengan tujuan untuk menghindarkan rakyat Bagansiapiapi dari lintah darat. Bank ini didirikan pada tahun 1917 dengan nama *De Visscherij Bank “Bagan Madjoe”* atau biasa di sebut bank Bagan Majoe (Bank Bagan Maju). Di kemudian hari Bank Bagan Maju menjelma menjadi BRI, dan menjadi Kantor Cabang BRI (Bank Rakyat Indonesia) kedua di Indonesia. BRI Cabang Bagansiapiapi memiliki

kode Cabang dengan nomor 2 yang menandakan bahwa BRI Bagan siapi-api adalah Kantor Cabang Kedua di Indonesia.

Pada awalnya, Bank Rakyat Indonesia didirikan oleh Raden Aria Wiriatmaja pada tahun 1896 dengan nama “De Purwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden” di Purwokerto, Jawa Tengah, untuk mengelolah dana masjid yang kemudian disalurkan kepada masyarakat dengan cara yang sederhana. Setelah kemerdekaan Republik Indonesia, Pemerintah RI mengubah nama lembaga keuangan ini menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada 22 Februari 1946. BRI kemudian menjadi bank pertama yang dimiliki pemerintah Indonesia dan berperan aktif dalam membangun ekonomi kerakyatan.

Sejak pendiriannya, BRI tetap memegang fokus pada pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Segmen utama BRI ialah bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). BRI mencatatkan 30% sahamnya untuk menjadi perusahaan terbuka di Bursa Efek Jakarta pada 10 November 2003. Hingga 31 Desember 2008, Pemerintah memegang kendali 56.79% saham BRI, sedangkan sisanya dimiliki oleh pemodal.

B. Visi dan Misi

1. Visi

“Menjadi bank terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah”.

2. Misi

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang perkembangan ekonomi masyarakat.

- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang professional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak – pihak yang berkepentingan

C. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia

Setiap badan organisasi ataupun perusahaan mempunyai tujuan atau kehendak yang telah ditetapkan jauh sebelumnya dalam proses perencanaan. Langkah utama dalam mencapai tujuan adalah merencanakan dan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi serta mencerminkan unsur kejelasan dan fleksibel. Hal ini dimaksud karena struktur organisasi merupakan alat dan kerangka dasar yang membantu organisasi mencapai tujuan.

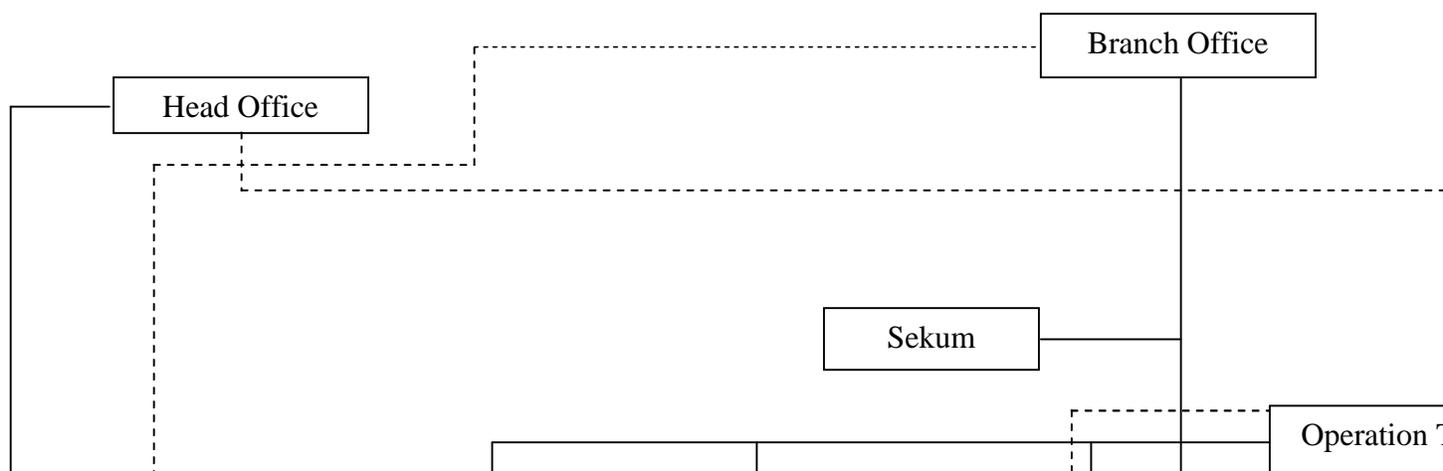
Proses perencanaan struktur organisasi ini membuat gambaran, pengaturan dan pengklasifikasian tugas, tanggung jawab dan serta wewenang personal serta bagian dari seksi yang ada pada organisasi. Disamping itu didalam struktur harus pula menggambarkan jaringan-jaringan koordinasi atau fungsi dan seluruh aktivitas organisasi yang satu dengan yang lainnya saling terkait. Dengan demikian struktur organisasi yang menata proses dan mekanisme kerja dan sekaligus memungkinkan pemilihan strategi dan kebijaksanaan yang selaras dalam upaya mencapai tujuan organisasi secara lebih sehat dan efektif.

Dengan tersusunnya struktur secara fleksibel dan tegas, maka tiap bagian dan seksi yang ada pada perusahaan siap melaksanakan tindak lanjut yang terkoordinasi dalam mencapai hasil tahapan yang menopang tujuan akhir.

Adapun struktur organisasi Bank Rakyat Indonesia Cabang Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir adalah sebagai berikut :

GAMBAR IV.1

Struktur Organisasi Bank BRI Cabang Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir



D .Strategi Bisnis

Strategi BRI sebagai bagian pelaksanaan pengembangan bisnis ditahun 2009-2011 dituangkan kedalam Rencana Bisnis Bank (RBB). Strategi bisnis tersebut mencakup skala pendek dan menengah sebagai berikut :

1. Pengembangan bisnis BRI yang didukung oleh strategi peningkatan kualitas dan kuantitas SDM yang profesional, fitur produk, layanan dan dukungan teknologi informasi yang handal.
 - a. Pertumbuhan kredit dengan fokus pembiayaan pada sektor UMKM dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip kehati-hatian (*prudential principles.*)
 - b. Pertumbuhan dana pihak ketiga yang didominasi oleh pertumbuhan dana murah (*lowcost funds*) dengan komposisi minimal 60%.
2. Meningkatkan budaya kerja berbasis risiko (*risk culture*) dan penerapan manajemen risiko yang efektif pada seluruh jajaran unit kerja.
3. Penguatan struktur modal untuk menunjang pengembangan bisnis BRI.
4. Pengembangan jaringan kerja baru berupa Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas, BRI Unit dan electronic channel seperti ATM, *Cash Deposit Machine (CDM)*, *Electronic Data Capture (EDC)* untuk meningkatkan jangkauan pelayanan.
5. Meningkatkan kegiatan komunikasi pemasaran untuk setiap produk dan jasa sejalan dengan strategi pemasaran korporat sehingga dapat meningkatkan penjualan dan membentuk *Corporate Image* di mata masyarakat.

Bank Rakyat Indonesia mempunyai lima kategori bisnis yaitu Bisnis Mikro, Kecil dan Menengah, Bisnis Konsumer, Bisnis Komersial, Bisnis Kelembagaan dan Bisnis Internasional dan Treasury. Pencapaian aktivitas bisnis hingga akhir tahun 2008 sebagai berikut:

- a. Bisnis Mikro, Kecil dan Menengah

Bisnis ini merupakan kekuatan utama BRI, bahkan BRI telah memegang peranan penting sebagai konsultan *microfinance* internasional. Untuk terus mempertahankan posisi utama dalam segmen ini, BRI menempuh strategi perluasan

jangkauan pelayanan nasabah hingga ke pelosok negeri serta penetrasi ke kantong-kantong wilayah berpenduduk padat di perkotaan.

b. Bisnis Ritel/Kecil

Bisnis ritel/kecil diperuntukkan bagi usaha skala kecil dan didominasi oleh berbagai produk pinjaman. BRI terus berupaya menyusun kebijakan usaha dan menyesuaikan strategi dan pemasaran produk, pembinaan dan pemantauan kredit guna memperluas bisnis disegmen ritel/kecil. Produk bagi segmen ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu Kredit Ritel Komersial untuk modal dan investasi serta Kredit Konsumer berupa BriGuna Karya dan BriGuna Purna.

c. Bisnis Program

BRI menyalurkan Kredit Program untuk kepentingan produktif baik modal kerja atau investasi sesuai kebijakan Pemerintah, serta untuk memberikan akses layanan perbankan kepada UMKM, mendukung program Ketahanan Pangan, Revitalisasi Perkebunan dan Penyediaan Bahan Baku Energi Nabati.

d. Bisnis Konsumer

Saat ini BRI sedang berkonsentrasi melakukan penetrasi bisnis perbankan konsumer di wilayah perkotaan. Hal ini sejalan dengan komitmen BRI untuk memperkuat image Perusahaan di wilayah urban. Pada tahun 2008, BRI mengintensifkan kegiatan bisnis di 14 kota besar yang memacu peningkatan bisnis perbankan konsumer.

Penetrasi di kota-kota besar juga diikuti dengan peningkatan aktivitas bisnis di wilayah kota satelit. Produk-produk bisnis perbankan konsumer antara lain:

- 1) Pinjaman berupa kartu kredit, Kredit Multi Guna (KMG), Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)
- 2) Pendanaan untuk pengembangan Dana Pihak Ketiga (DPK) berupa Simpanan BritAama, Giro dan Deposito
- 3) BRI Prioritas, untuk meningkatkan *customer loyalty* dan *customer retention*, meningkatkan volume pendanaan dan meningkatkan *fee-based income*. BRI Prioritas merupakan produk layanan perbankan terpadu bersifat *one stop services* bagi nasabah dengan portfolio minimal Rp 500 juta.
- 4) E-banking BRI berupa *internet banking*, *prepaid card*, *mobile banking GPRS* dan *mobile services*.

e. Bisnis Komersial

BRI membagi target pasar bisnis komersial menjadi sektor agribisnis dan non agribisnis. Pembiayaan kredit bisnis komersial berkisar diantara Rp 50 miliar hingga Batas Maksimum Pemberian Kredit (BPMK).

f. Bisnis Kelembagaan

BRI membentuk Direktorat Bisnis Kelembagaan pada tahun 2007 untuk lebih mengoptimalkan dan memfokuskan pengerahan serta penyaluran dana kepada BUMN, perusahaan swasta, dan instansi Pemerintah.

g. Bisnis Internasional

Treasury BRI berperan penting dalam menjaga posisi aset dan liabilitas perusahaan. Unit bisnis ini terus berupaya meningkatkan kinerja pendapatannya melalui *banking book* dan *trading book* dari kerjasama dengan *counterparty* internasional dan lokal. Selain itu *Treasury* membantu unit-unit usaha BRI lainnya

dalam keperluan dealing valuta asing, serta transaksi spot dan forward bagi nasabah importer dan eksporter.