

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Pada bagian bab II ini, peneliti akan mendeskripsikan konteks penelitian. Konteks penelitian ini adalah perusahaan swasta yakni Astra International dan Bank Central Asia. Peneliti akan mengawalinya dengan memaparkan sejarah terbentuknya, memaparkan visi dan misi yang dimiliki, dan pandangan dan pendapat perusahaan mengenai CSR.

A. ASTRA INTERNATIONAL

1. Sejarah Perusahaan

Tjia Kian Joe atau sering disebut Benjamin adalah seorang adik yang merasa prihatin dengan masalah yang menimpa sang kakak, yakni Tjia Kian Liong. Tjia Kian Liong meringkuk di penjara karena tuduhan korupsi yang membuat nama baiknya rusak. Benjamin yang saat itu masih kuliah di Institut Teknologi Bandung akhirnya meminta bantuan kakaknya yang lain yang tinggal di Belanda untuk ikut mencari solusi atas keterpurukan yang dialami Tjia Kian Liong. Keduanya berusaha membuka jalan dengan membangun perusahaan dagang yang nantinya “bisa impor” (Matanasi, 2020).

Pada tahun 1950 mereka memutuskan untuk membeli perusahaan yang bisa impor, namun sedang mati suri. Saat itu sangat sulit bagi Benjamin memiliki perusahaan impor, hak impor sangat sulit untuk didapatkan. Namun pada

akhirnya mereka berhasil membeli perusahaan mati suri yang masih memegang hak impor (Matanasi, 2020). Perusahaan itulah yang menjadi cikal bakal dari Astra International yang kita kenal saat ini. Nama Kian Liong belum bisa tercantum dalam anggaran dasar perusahaan karena masalah hukum yang masih melilitnya. Sementara itu Benjamin menjadi salah satu pemegang saham (Matanasi, 2020). Pada tanggal 20 Februari 1957, mereka mendaftarkan diri ke Notaris Sie Khwan Djioe dengan nama Astra atas usulan Kian Tie. Nama itu berasal dari mitologi Yunani Kuno yang berarti terbang ke langit dan menjadi bintang terang (Matanasi, 2020). Mereka mengeluarkan modal senilai Rp 2,5 juta.

Pada dekade awal, jumlah karyawan yang dimiliki oleh Astra International tidak lebih dari lima orang. Pada saat itu, Astra sempat menjadi distributor dan importir limun, pasta gigi, bohlam lampu, kopra serta minyak goreng. Semenjak hanya dikelola oleh Kian Liong, Kian Tie fokus untuk bekerja di sebuah bank di Palembang, sementara Pang Hong mengelola bisnisnya sendiri. Saat tahun 1961, semua saham beralih ke tangan Kian Liong, dan Astra memasuki babak baru. Astra terus mengalami berbagai masalah seperti, tak mampu berkembang di tahun 1965. Saat itu Indonesia sedang mengalami inflasi hingga 600 persen. Daya beli masyarakat sangat buruk sehingga banyak perusahaan yang berjatuh.

Kian Liong memutuskan untuk mengganti nama atas saran dari seorang jaksa, ia mengubahnya menjadi William Soeryadjaya. Tahun 1966, saat

perekonomian mulai membaik, Astra menjadi importir 80 ribu ton aspal dari Jepang untuk membangun jalan (Matanasi, 2020). William mendapat pinjaman dana dari USAID sebesar \$2,9 juta, dengan dana tersebut beliau dapat mengimpor apapun, seperti sebuah truk dari Amerika sejumlah 800 unit buatan General Motor Co, dan menjualnya ke pemerintah. Tak berlangsung lama, karena masalah ketentuan USAID, William dilarang menjadi pemasok pemerintahan lagi. Tak mampu mendapat truk dari Amerika, William beralih dan memilih Jepang sebagai kelanjutan bisnisnya.

Jepang menjadi titik balik bisnis yang dijalankan oleh William. Tercatat tahun 1971 Astra berjaya dengan Toyota sebagai mitra dari Astra. Tak hanya Toyota, merek Honda, Isuzu, Daihatsu dan lainnya juga menjadi bagian dari bisnis Astra. Astra juga mulai merambah ke bidang lain, tak hanya dunia otomotif. Astra terus berkembang hingga tahun 1992, William harus melepaskan semua sahamnya di Astra karena masalah yang dialami bisnis anaknya. Masalah yang dialami adalah kredit macet akibat *mismanagement* anggota keluarganya.

Saat ini, sebanyak 51,11% saham Astra dipegang oleh Jardine Cycle dan Carriage Limited yang berbasis di Singapura, dengan sisa saham dimiliki oleh masyarakat.

2. Filosofi Perusahaan

Dalam menjalankan perusahaan maupun organisasi, filosofi digunakan sebagai sarana yang dapat membangun hubungan kerja jangka panjang yang harmonis dengan para pelaku bisnis maupun seluruh karyawan. Hal tersebut dilakukan guna mencapai tujuan yang dimiliki perusahaan maupun organisasi. Astra International (no date) membagikan filosofi yang dimilikinya, yakni:

1. Menjadi milik yang bermanfaat bagi bangsa dan negara.
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
3. Menghargai individu dan membina kerja sama.
4. Senantiasa berusaha mencapai yang terbaik.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Organisasi maupun perusahaan mempunyai visi dan misi sebagai landasan guna mencapai tujuan. Sebuah organisasi dapat menunjukkan arah dan tujuan melalui visi dan dapat menunjukkan proses atau cara yang ditempuh melalui misi. Astra International (no date) juga mempunyai visi dan misi yang dapat dipaparkan sebagai berikut.

a. Visi

- Menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan pertumbuhan yang berkelanjutan dan struktur keuangan yang solid.

- Menjadi perusahaan yang *intelligent* dan *agile* yang berfokus pada karyawan, pelanggan dan masyarakat.

b. Misi

Sejahtera bersama bangsa dengan memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan.

4. Pandangan Perusahaan mengenai CSR

Astra International mempunyai *roadmap* yakni *Advancing Our Sustainability Journey* dengan slogan *to be a more sustainable and resilient company by 2030 and beyond*. *Sustainability framework* ini, Astra International berkeinginan untuk berkontribusi dalam *Triple-P* yakni *Portfolio, People, dan Public Contribution*. Astra berusaha berkomitmen pada 2030 dan seterusnya untuk menjadi perusahaan yang lebih *sustainable* dan *resilient*. Dalam portofolio nya, Astra berkeinginan untuk memberikan dampak positif kepada bumi dan iklimnya, bisnis serta kepada masyarakat (Maghiszha, 2022).

5. Profil Astra International

Astra International mempunyai beberapa media yang digunakan untuk menyampaikan informasi maupun menjalin hubungan dengan *stakeholders*. Media sosial tersebut antara lain:

Instagram : @satu_indonesia
Website : <https://www.astra.co.id/Home>
Linkedin : PT Astra International
Twitter : @astraintrnt
Email : corcomm@ai.astra.co.id
Facebook : Astra International

B. BANK CENTRAL ASIA

1. Sejarah perusahaan

Bank BCA merupakan salah satu perusahaan swasta terbesar di Indonesia. Saat ini kepemilikan Bank BCA dipegang oleh Robert Budi Hartono dan Michael Bambang Hartono yang juga pemilik perusahaan rokok, Djarum. Bank BCA didirikan oleh Liem Sioe Liong pada tanggal 21 Februari 1957. Bermula dari bisnis pakaian rajut, Semarang Knitting Factory, perusahaan milik Soedono Salim ini kemudian berubah menjadi perbankan dan mengubah namanya menjadi PT Bank Central Asia. Saat itu juga Soedono Salim memindahkan kantor pusat dari Semarang ke Asemka, Jakarta.

Tahun 1977, BCA melakukan merger dengan dua bank lain yang membuat BCA menjadi bank devisa. Status ini dimanfaatkan untuk mengajukan permohonan izin kepada Bank Indonesia untuk mengedarkan dan mengeluarkan kartu kredit atas nama BCA yang berlaku internasional. Sejak saat itu, BCA memperluas bisnis perbankannya dengan pengembangan berbagai produk dan layanan. Pengembangan tersebut berupa Anjungan Tunai

Mandiri atau ATM, kerja sama dengan PT Telkom agar masyarakat dapat membayar tagihan telepon melalui ATM BCA, dan juga kerja sama dengan Citibank untuk memudahkan pengguna kartu Citibank membayar tagihan lewat ATM BCA (Saputra, 2021).

Tahun 1998, saat krisis moneter terjadi, BCA mengalami penarikan besar-besaran uang nasabah. Kondisi tersebut membuat pemerintah Indonesia menguasai 92,8% saham BCA. Tak lama, tahun 2000 nilai saham pemerintah berkurang menjadi 22,5% dan tahun 2005 berkurang lagi sebesar 5,02% (Saputra, 2021). Bangkit dari keterpurukan, tahun 2007 BCA mulai berinovasi dengan meluncurkan kartu prabayar Flazz dan juga mulai masuk ke layanan *mobile* seperti debit, tunai dan *internet banking*. BCA juga mengembangkan bisnis melalui BCA Finance dengan penyaluran kredit seperti, kredit mobil dan kepemilikan rumah. Kini BCA mempunyai delapan anak perusahaan yang menjelajah berbagai sektor.

2. Tata Nilai

Setiap Perusahaan mempunyai tata nilai yang digunakan untuk bersikap, berfikir serta berperilaku. Berikut tata nilai yang dimiliki Bank Central Asia (BCA, no date):

a. Fokus pada Nasabah

Perhatian/kepedulian yang diikuti dengan usaha memberikan layanan untuk memenuhi harapan dan/atau kebutuhan nasabah secara spesifik.

b. Integritas

Sikap yang teguh dalam menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan, yang diikuti dengan tindakan konsisten dan konsekuen pada peran/ tugas dalam berbagai situasi dan kondisi untuk membangun kepercayaan nasabah.

c. Kerjasama Tim

Interaksi dan sinergi yang didasari atas pemahaman diri sendiri dan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

d. Berusaha Mencapai yang Terbaik

Usaha berkelanjutan untuk mencapai yang terbaik guna memberikan nilai tambah bagi nasabah.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan selalu mempunyai visi agar dapat mendeskripsikan tujuan dan hal-hal yang ingin diraih oleh perusahaan. Dalam usaha untuk mencapainya, perusahaan akan mendeskripsikan garis besar rencana agar dapat mencapai misi. Bank Central Asia mempunyai visi dan misi sebagai berikut (BCA, no date):

a. Visi

Bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

b. Misi

- Membangun institusi yang unggul dibidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.
- Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
- Meningkatkan nilai finansial dan nilai *stakeholder* BCA.

4. Pandangan Perusahaan Mengenai CSR

BCA mempunyai program Tata Kelola Keberlanjutan yang bertujuan untuk mendukung keselarasan antara aspek bisnis, lingkungan dan sosial. Tiga pilar keberlanjutan BCA yaitu, Perbankan berkelanjutan, Budaya Berkelanjutan dan Berkarya Memberi Nilai. CSR Bakti BCA mempunyai tujuan untuk memberikan nilai kepada masyarakat dan lingkungan melalui program Solusi Cerdas, Bisnis Unggul, dan Sinergi BCA. Solusi Cerdas adalah sarana pengembangan SDM. Bisnis Unggul adalah program pembinaan komunitas dan desa. Sinergi BCA pengembangan masyarakat dalam budaya, kesehatan, lingkungan, dan empati.

6. Profil Bank Central Asia

Astra International mempunyai beberapa media yang digunakan untuk menyampaikan informasi maupun menjalin hubungan dengan *stakeholders*.

Media sosial tersebut antara lain:

Instagram : @goodlifebca
Website : <https://www.bca.co.id/en/Individu>
Linkedin : PT Bank Central Asia Tbk (BCA)
Twitter : @BankBca
Email : bankbca@bca.co.id
Facebook : Goodlife BCA
Youtube : Solusi BCA
Tiktok : @bankbca
WhatsApp : +62 811 1500 998