

INTISARI

Dilatarbelakangi oleh kasus L/C yang terjadi salah satu cabang BNI dan ketatnya persaingan industry perbankan di Indonesia yang menyebabkan penurunan citra dan kinerja, BNI melakukan proses *re-branding* dan transformasi pada tahun 2004. Penurunan laba tahun 2004 sebesar 75% dari tahun 2003 diakibatkan oleh pencadangan kerugian atas kasus tersebut diatas. Sebagai bentuk komunikasi dan langkah awal perubahan dan perbaikan, BNI melakukan proses *re-branding* dan transformasi melalui perubahan logo pada tahun 2004. Perubahan logo ini diikuti dengan perubahan fisik dari kantor cabang, *outlet*, dan ATM. Hal ini dimaksudkan sebagai langkah meningkatkan kembali citra dan kinerja BNI.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana proses *re-branding* dan transformasi yang telah dilakukan oleh BNI dengan cara mengumpulkan informasi dan data dari pihak internal maupun eksternal serta mengkaji dampak dari proses *re-branding* dan transformasi terhadap kinerja bisnis dan layanan BNI. Proses analisis ini dimulai dengan menganalisis data dan informasi langkah-langkah yang diambil BNI dalam melakukan *re-branding* dan transformasi. Berdasarkan hasil informasi tersebut dilakukan analisis apakah proses dan strategi *re-branding* dan transformasi tersebut telah dilakukan sesuai dengan jalurnya dan terdapat pengawalan serta pengawasan selama proses berlangsung.

Keywords: *re-branding* dan *brand audit*

ABSTRACT

Against the backdrop of cases of L / C that occurred in one of the BNI branches and the tight competition in the banking industry in Indonesia which caused a decline in image and performance, BNI carried out a process of re-branding and transformation in 2004. The decline in 2004 profit by 75% from 2003 was caused by provision of losses on the above case. As a form of communication and the initial steps of change and improvement, BNI carried out a process of re-branding and transformation through a logo change in 2004. This logo change was followed by physical changes from branch offices, outlets, and ATMs. This is intended as a step to improve BNI's image and performance.

The purpose of this research is to analyze how the process of re-branding and transformation has been done by BNI by collecting information and data from internal and external parties and reviewing the impact of the re-branding and transformation process on the performance of BNI's business and services. This analysis process begins by analyzing the data and information steps taken by BNI in re-branding and transformation. Based on the results of the information, an analysis was conducted on whether the process and strategy of the re-branding and transformation had been carried out in accordance with the path and there was escort and supervision throughout the process.

Keywords: re-branding and brand audit