



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah perusahaan



Gambar 2.1 *PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yang selanjutnya disebut Bank Mandiri didirikan di Negara Republik Indonesia pada tanggal 2 Oktober 1998 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.75 tahun 1998 tanggal 1 Oktober 1998. Akta pendirian telah disahkan oleh menteri kehakiman berdasarkan Surat Keputusan No. C2-16561HT.01.Th98 tanggal 2 Oktober 1998, serta diumumkan pada tambahan No. 6859 dalam berita Negara Republik Indonesia No. 97 tanggal 4 Desember 1998. Pada bulan Juli 1999 Bank Mandiri didirikan melalui pengalihan hampir seluruh Saham Pemerintah Republik Indonesia yaitu PT. Bank Bumi Daya (Persero), PT Bank Dagang Negara (Persero), PT Bank Expor Impor Indonesia (Persero), dan PT Bank Pembangunan Indonesia dan Setoran Tunai Pemerintah.

Bank Dagang Negara (BDN) merupakan salah satu bank tertua di Indonesia. Sebelumnya BDN dikenal sebagai Nederlandsch Indische Escompto Maaatschappij yang didirikan di Batavia (Jakarta) pada tahun 1917. Pada tahun 1949 namanya berubah menjadi Escomptobank NV. Selanjutnya pada tahun 1960 Escomptobank di nasionalisasi dan berubah nama menjadi BDN, sebuah bank pemerintah yang membiayai sektor industri dan pertambangan.

Bank Bumi Daya (BBD) didirikan melalui suatu proses panjang yang bermula dari nasionalisasi sebuah perusahaan Belanda, De Nationale Handels bank NV, menjadi Bank Umum Negara pada tahun 1959. pada tahun 1964 Chartered Bank (sebelumnya adalah bank milik Inggris) juga dinasionalisasi, dan Bank Umum negara diberi hak untuk melanjutkan operasi bank tersebut. Pada tahun 1965, Bank Umum Negara digabungkan ke dalam Bank Negara Indonesia Unit IV beralih menjadi Bank Bumi Daya.

Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim) berawal dari perusahaan dagang Belanda NV, Nederlanche Handels Maatschappij yang didirikan pada tahun 1842 dan mengembangkan kegiatannya di sektor perbankan pada tahun 1870. Pemerintah Indonesia menasionalisasi perusahaan ini pada tahun 1960, dan selanjutnya pada tahun 1965 perusahaan ini digabung dengan Bank Negara Indonesia menjadi Bank Negara Indonesia unit II dipecah menjadi dua unit, salah satunya adalah Bank Negara Indonesia Unit II Divisi Ekspor-Impor, yang akhirnya menjadi Bank Exim, Bank Pemerintah yang membiayai kegiatan ekspor dan impor.

Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) berawal dari Bank Industri Negara (BIN), sebuah Bank Industri yang didirikan pada tahun 1951. Misi BIN adalah mendukung pengembangan sektor-sektor ekonomi tertentu, khususnya perkebunan, industry, dan pertambangan. Bapindo dibentuk sebagai bank milik negara pada tahun 1960 dan BIN kemudian digabung dengan Bapindo. Pada tahun 1970, Bapindo ditugaskan untuk membantu pembangunan nasional melalui pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang pada sektor manufaktur, transportasi dan pariwisata.

Pada saat ini, Bank Mandiri menjadi penerus suatu tradisi layanan jasa perbankan dan keuangan yang telah berpengalaman selama lebih dari 140 tahun, masing-masing dari empat bank bergabung memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi.

Anggaran dasar Bank Mandiri telah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir dengan akta No.2 Notaris Sutjipto,SH tanggal 1 juni 2003 tentang perubahan struktur permodalan perusahaan dan penyesuaian anggaran dasar perusahaan dengan ketentuan Undang-Undang No.8 tahun 1995 tentang pasar modal dan keputusan ketua badan pengawas pasar modal No.KEP-13/PM/1997 tanggal 30 april 1997 tentang pokok-pokok anggaran dasar perseroan yang melakukan penawaran umum efek bersifat ekuitas dan perusahaan publik. Berdasarkan perubahan anggaran dasar tersebut telah disahkan oleh menteri kehakiman dan Hak Azasi Manusia berdasarkan Surat Keputusan No.C-12783HT.01.04.TH2003 tanggal 6 Juni 2003 dan Diumumkan pada tambahan No.517/L dalam berita Negara Republik Indonesia No.63 tanggal 8 Agustus 2003.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Statusnya adalah perseroan yang masuk golongan Bank Umum. PT Bank Mandiri mempunyai misi mengutamakan kepentingan pasar, mengembangkan sumber daya manusia professional, memberikan keuntungan yang maksimal bagi nasabah, melaksanakan manajemen terbuka dan peduli terhadap masyarakat dan lingkungan.

Konsolidasi dan integrasi

Setelah melalui proses konsolidasi dan integrasi menyeluruh di segala bidang, Bank Mandiri berhasil membangun organisasi bank yang solid dan mengimplementasikan core banking system baru yang terintegrasi menggantikan core banking system dari keempat bank legacy sebelumnya yang saling terpisah. Sejak didirikan, kinerja Bank Mandiri senantiasa mengalami perbaikan terlihat dari laba yang terus meningkat dari Rp1,18 triliun di tahun 2000 hingga mencapai Rp5,3 triliun di tahun 2004. Bank Mandiri melakukan penawaran saham perdana pada 14 Juli 2003 sebesar 20% atau ekuivalen dengan 4 miliar lembar saham.

Program Transformasi Tahap I (2005 - 2009)

Tahun 2005 menjadi titik balik bagi Bank Mandiri, dimana Bank Mandiri memutuskan untuk menjadi bank yang unggul di regional (regional champion Bank), yang diwujudkan dalam program transformasi yang dilaksanakan melalui 4 (empat) strategi utama, yaitu:

- **Implementasi budaya.** Dilakukan dengan restrukturisasi organisasi berbasis kinerja, penataan ulang sistem penilaian berbasis kinerja,

pengembangan leadership dan talent serta penyesuaian sumber daya manusia dengan kebutuhan strategis.

- **Pengendalian tingkat NPL secara agresif.** Bank Mandiri fokus pada penanganan kredit macet dan memperkuat sistem manajemen risiko. Pertumbuhan pasar melalui strategi dan value proposition yang distinctive untuk masing-masing segmen.
- **Meningkatkan pertumbuhan bisnis yang melebihi rata-rata.** Pertumbuhan pasar melalui strategi dan value proposition yang distinctive untuk masing-masing segmen.
- **Pengembangan dan pengelolaan program aliansi.** antar Direktorat atau Business Unit dalam rangka optimalisasi layanan kepada nasabah, serta untuk lebih menggali potensi bisnis nasabah-nasabah eksisting maupun value chain dari nasabah-nasabah dimaksud.

Untuk dapat meraih aspirasi menjadi Regional Champion Bank, Bank Mandiri melakukan transformasi secara bertahap melalui 3 (tiga) fase:

Tahap 1 (2006-2007)

Back on Track : Fokus untuk merekonstruksi ulang fondasi Bank Mandiri untuk pertumbuhan di masa depan

Tahap 2 (2008-2009)

Outperform the Market : Fokus pada ekspansi bisnis untuk menjamin pertumbuhan yang signifikan di berbagai segmen dan mencapai level profit yang mampu melampaui target rata-rata pasar

Tahap 3 (2010)

Shaping the End Game : Bank Mandiri menargetkan diri untuk menjadi bank regional terdepan melalui konsolidasi dari bisnis jasa keuangan dan lebih mengutamakan peluang strategi pertumbuhan non-organik, termasuk memperkuat kinerja anak perusahaan dan akuisisi bank atau perusahaan keuangan lainnya yang dapat memberikan nilai tambah bagi Bank Mandiri.

Proses transformasi yang telah dijalankan sejak tahun 2005 hingga tahun 2010 ini secara konsisten berhasil meningkatkan kinerja Bank Mandiri. Hal ini tercermin dari peningkatan berbagai parameter finansial, diantaranya:

- Kredit bermasalah turun signifikan, tercermin dari rasio NPL net konsolidasi yang turun dari 15,34% di tahun 2005 menjadi 0,62% di tahun 2010.
- Laba bersih Bank Mandiri juga tumbuh sangat signifikan dari Rp 0,6 Triliun di tahun 2005 menjadi Rp 9,2 Triliun di tahun 2010.

Sejalan dengan transformasi bisnis di atas, Bank Mandiri juga melakukan transformasi budaya dengan merumuskan kembali nilai-nilai budaya untuk menjadi pedoman pegawai dalam berperilaku, yaitu 5 (lima) nilai budaya perusahaan yang disebut “TIPCE” yang dijabarkan menjadi:

- Kepercayaan (*Trust*)
Membangun keyakinan dan sangka baik dalam hubungan yang tulus dan terbuka berdasarkan kehandalan.
- Integritas (*Integrity*)

Berperilaku terpuji, menjaga martabat, serta menjunjung tinggi etika profesi.

- **Profesionalisme (*Professionalism*)**

Bekerja tuntas dan akurat atas dasar kompetensi terbaik dengan penuh tanggung jawab.

- **Fokus Pada Pelanggan (*Customer Focus*)**

Senantiasa menempatkan pelanggan internal dan eksternal sebagai fokus untuk membangun pengalaman positif yang saling menguntungkan dan tumbuh berkesinambungan.

- **dan Kesempurnaan (*Excellence*).**

Selalu berupaya mencapai keunggulan menuju kesempurnaan yang merupakan wujud cinta dan bangga sebagai Insan Mandiri

Program Transformasi Lanjutan (2010 - 2014)

Untuk dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kinerjanya, Bank Mandiri melaksanakan transformasi lanjutan tahun 2010-2014, yaitu dengan melakukan revitalisasi visinya untuk “Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif”. Dengan visi tersebut, Bank Mandiri mencanangkan untuk mencapai milestone keuangan di tahun 2014, yaitu nilai kapitalisasi pasar mencapai di atas Rp225 triliun dengan pangsa pasar pendapatan mendekati 16%, ROA mencapai kisaran 2,5% dan ROE mendekati 25%, namun tetap menjaga kualitas aset yang direfleksikan dari rasio NPL gross di bawah 4%.

Pada tahun 2014, Bank Mandiri ditargetkan mampu mencapai nilai kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia serta masuk dalam jajaran Top 5 Bank di

ASEAN. Selanjutnya di tahun 2020, Bank Mandiri menargetkan untuk dapat masuk dalam jajaran Top 3 di ASEAN dalam hal nilai kapitalisasi pasar dan menjadi pemain utama di regional. Untuk mewujudkan visi tersebut, transformasi bisnis di Bank Mandiri tahun 2010 akan difokuskan pada 3 (tiga) area bisnis yaitu:

a) Wholesale transaction

Memperkuat leadership dengan menawarkan solusi transaksi keuangan yang komprehensif dan membangun hubungan yang holistik melayani institusi corporate & commercial di Indonesia.

b) Retail deposit & payment

Menjadi bank pilihan nasabah di bidang retail deposit dengan menyediakan pengalaman perbankan yang unik dan unggul bagi para nasabahnya.

c) Retail Financing

Meraih posisi terdepan dalam segmen pembiayaan ritel, terutama untuk memenangkan persaingan di bisnis kredit perumahan, personal loan, dan kartu kredit serta menjadi salah satu pemain utama di micro banking.

Indikator keberhasilan transformasi lanjutan 2010-2014 ditunjukkan dengan pencapaian nilai kapitalisasi saham yang mencapai Rp254 triliun, *Return on Asset* mencapai 3,39%, dan *Non Performing Loan* sebesar 2,17%. Bank Mandiri telah berhasil mempertahankan predikat sebagai “*the best bank in service excellence*” selama 7 (tujuh) tahun berturut-turut dari *Marketing Research Indonesia* (MRI), dan mempertahankan predikat sebagai “Perusahaan Sangat Terpercaya” selama 7

(tujuh) tahun berturut-turut dari *Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG).

Kinerja Bank Mandiri 2014

Wholesale transaction

- Memberikan solusi transaksi keuangan yang komprehensif kepada nasabah corporate untuk memperkuat hubungan dengan nasabah *corporate, commercial*, dan institusi dengan memberikan solusi transaksi keuangan yang komprehensif.
- Membangun hubungan melalui pendekatan holistik dengan perusahaan-perusahaan terkemuka.
- Tahun 2014 pendapatan yang bersumber dari *Wholesale fee* mencapai Rp4,4 triliun, dan dana murah *Wholesale* mencapai Rp73,2 triliun, sedangkan jumlah transaksi cash management tumbuh sebesar 80,4% mencapai 44,2 juta transaksi.

Retail deposit & payment

- Bank Mandiri selalu berusaha memberikan layanan perbankan yang unik, unggul dan solusi transaksi yang inovatif.
- Tahun 2014 pendapatan yang berasal dari *Retail fee* mencapai Rp6,7 triliun, dan dana murah *Retail* mencapai Rp279,3 triliun, sedangkan jumlah transaksi *e-channel* selama tahun 2014 mencapai 1.820 juta transaksi.

Retail Financing

- Menjadi salah satu pemain utama di *Micro Banking*, Kredit Pemilikan Rumah (KPR), *Personal Loan* dan Kartu Kredit, serta dominan di perbankan syariah.
- Tahun 2014 total kredit retail mencapai Rp158,0 triliun, atau tumbuh 21,4% secara tahunan dengan komposisi 33,2% dari total kredit. Jumlah nasabah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tumbuh 15,5% YoY atau lebih dari 100 ribu nasabah.

Pencapaian Penting Bank Mandiri 2014

Bank Mandiri terus memperkuat peran sebagai lembaga intermediasi untuk mendorong perekonomian nasional. Hal itu ditunjukkan dengan pertumbuhan kredit sebesar 12,2% pada akhir 2014 menjadi Rp.530 triliun dari Rp.472,4 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya, dengan rasio NPL terjaga di level 2,15 %.

Pertumbuhan penyaluran kredit itu mendorong peningkatan aset menjadi Rp.855 triliun dari Rp733,1 triliun pada Desember 2013. Sedangkan laba bersih pada 2014 tercatat tumbuh 9,2 % menjadi Rp19,9 triliun atau naik Rp1.7 triliun jika dibandingkan akhir 2013 sebesar Rp.18,2 triliun. Selain pertumbuhan kredit, laju kenaikan laba bersih juga ditopang oleh pertumbuhan fee based income yang mencapai Rp15.06 triliun pada tahun 2014.

Laju kenaikan laba juga ditopang pertumbuhan bunga bersih sebesar 15,7% menjadi Rp 39,1 triliun dan kenaikan fee based income sebesar 3,9 % sehingga mencapai Rp.15,06 triliun. Dari capaian laba tersebut, kontribusi anak perusahaan mencapai 9.1% % atau sebesar Rp1,81 triliun. Sebagai implementasi fungsi intermediasi dalam mendukung perekonomian nasional, Bank Mandiri juga terus memacu pembiayaan ke sektor produktif. Hasilnya, pada akhir 2014, kredit ke sektor produktif tumbuh 13.9 % mencapai Rp 410,6 triliun. dimana kredit investasi tumbuh 9,1 % dan kredit modal kerja tumbuh 16,7%.

Dilihat dari segmentasi, kenaikan penyaluran kredit terjadi di seluruh bisnis, dengan pertumbuhan tertinggi pada segmen mikro yang mencapai 33,2% menjadi Rp.36 triliun pada Desember 2014. Sementara itu, kredit yang tersalurkan untuk segmen usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mencatat pertumbuhan sebesar 13,6 % menjadi Rp 73,4 triliun. Bank Mandiri juga turut menyalurkan pembiayaan khusus dengan skema penjaminan pemerintah, yaitu melalui penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR). Hingga akhir 2014, jumlah nasabah KUR Bank Mandiri meningkat 34 % yoy mencapai 396 ribu nasabah.

Kepercayaan masyarakat kepada Bank Mandiri juga terus tumbuh yang ditunjukkan dengan naiknya penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) menjadi Rp.636,4 triliun pada akhir 2014 dari Rp.556,4 triliun pada tahun sebelumnya. Dari pencapaian tersebut, total dana murah (giro dan tabungan) yang berhasil dikumpulkan Bank Mandiri mencapai Rp380,5 triliun, yang terutama didorong

oleh pertumbuhan tabungan sebesar 6,7% atau Rp15,93 triliun hingga mencapai Rp252,4 triliun.

Capaian tersebut sangat menggembirakan, terutama jika mempertimbangkan tingkat persaingan likuiditas yang sangat ketat di industri. Sebagai upaya untuk meningkatkan pengumpulan dana masyarakat melalui peningkatan kenyamanan bertransaksi, Bank Mandiri terus mengembangkan jaringan kantor cabang, jaringan elektronik, maupun jaringan layanan lainnya. Hingga Desember 2014, Bank Mandiri telah memiliki 2.312 cabang, 15.344 unit ATM serta penambahan jaringan bisnis mikro sehingga menjadi 1.833 unit. Atas kinerja baik tersebut, Bank Mandiri meraih sejumlah penghargaan antara lain sebagai bank terbaik di Indonesia dari tiga publikasi terkemuka di sektor keuangan, yaitu Finance Asia, Asiamoney dan The Banker. Selain itu, Bank Mandiri juga berhasil mempertahankan predikat *Best Bank in Service Excellence* dari *Marketing Research Indonesia* (MRI) dan Majalah SWA selama tujuh tahun berturut-turut serta predikat *Most Trusted Companies* selama delapan tahun berturut-turut dari *International Institute for Corporate Governance* (IICG).

Rencana & Strategi Jangka Panjang 2015-2020

Tantangan ke depan yang semakin kompleks dan kebutuhan untuk terus meningkatkan kinerja secara berkesinambungan serta memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah membuat Bank Mandiri perlu melakukan transformasi bisnis dan pengelolaan organisasi secara berkelanjutan. Untuk itu,

Bank Mandiri telah mencanangkan transformasi Tahap III 2015-2020. Visi jangka panjang Bank Mandiri adalah “*To be The Best Bank in ASEAN by 2020*”, atau menjadi Bank terbaik di ASEAN tahun 2020. Rumusan visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Bank Mandiri bertekad menjadi institusi keuangan terbaik di ASEAN, dalam segi pelayanan, produk, dan imbal hasil kepada pemegang saham, serta manfaat yang diterima oleh masyarakat secara luas. Keunggulan ini dicapai dengan menyediakan layanan jasa dan produk yang terintegrasi, solusi keuangan yang didasari oleh pemahaman sektor industri yang mendalam dengan ditopang kemajuan teknologi, kualitas manusia dan sinergi bisnis hingga ke perusahaan anak.
- Menjadi kebanggaan negeri dan setiap insan yang bekerja di Bank Mandiri memiliki tanggung jawab yang harus direalisasikan melalui pengelolaan manajemen dan tata kelola perusahaan yang baik.
- Dengan sasaran mencapai kapitalisasi pasar USD55 miliar dan Return on Equity 23%-27% pada tahun 2020, Bank Mandiri bertekad menjadi ikon perbankan Indonesia di ASEAN.

Untuk mencapai visi tersebut, strategi pertumbuhan Bank Mandiri

ke depan akan difokuskan pada 3 (tiga) area utama sebagai berikut:

- Memperkuat leadership di segmen *wholesale* dengan melakukan pendalaman relationship dengan nasabah. Strategi ini bertujuan agar Bank Mandiri dapat meningkatkan share of wallet dan rasio crosssell revenue dari nasabah wholesale Mandiri, melalui penyediaan solusi

produk wholesale yang terintegrasi, solusi yang berbasis ekspertis di sektor usaha nasabah, dan berperan aktif mendukung aktivitas nasabah Mandiri yang melakukan ekspansi bisnis ke negara lain dengan penyediaan solusi yang bersifat crossborder.

- Menjadi Bank pilihan nasabah di segmen retail, dengan akselerasi bisnis di segmen-segmen utama yang menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis Bank Mandiri, yaitu:

(-)Di segmen mikro, Bank Mandiri ingin menjadi penantang terkuat di pasar, melalui kemudahan akses nasabah mikro ke jaringan distribusi Bank Mandiri.

(-)Di segmen *Small Medium Enterprise* (SME), Bank Mandiri ingin menjadi Bank Utama pilihan nasabah SME, melalui penetrasi dan akuisisi nasabah yang difokuskan pada sektor-sektor potensial, untuk memenuhi seluruh kebutuhan nasabah SME.

(-)Sedangkan di segmen *Individual*, Bank Mandiri fokus pada membangun kepemimpinan melalui penawaran produk consumer yang lengkap dan berdaya saing, memiliki inovasi untuk memperkuat dominasi di retail payment.

- Mengintegrasikan bisnis di semua segmen yang ada di Bank Mandiri, termasuk dengan Perusahaan Anak. Melalui strategi ini, Bank Mandiri ingin mendorong budaya cross-sell, baik antar unit kerja yang menangani segmen wholesale dan retail, termasuk dengan perusahaan

anak, serta mendorong regionalisasi bisnis dan mengoptimalkan jaringan distribusi di wilayah.

Ketiga area fokus tersebut juga akan didukung dengan penguatan organisasi untuk memberikan solusi layanan terpadu, peningkatan infrastruktur (kantor cabang, IT, *operations*, *risk management*) serta penguatan sumber daya manusia.

Rencana Strategis Tahun 2015

Tahun 2015 merupakan tahun yang penting bagi Bank Mandiri karena bertepatan dengan dimulainya Transformasi Tahap III 2015-2020, sehingga kinerja Bank Mandiri di 2015 akan menjadi barometer dan landasan dalam menghadapi serta menyelesaikan tantangan yang lebih besar pada tahun-tahun mendatang.

Untuk itu, Bank Mandiri telah menyusun target utama tahun 2015, yaitu menjaga kondisi likuiditas dengan LDR lebih kecil dari 86%, menjaga kualitas aktiva produktif dengan pertumbuhan kredit (netto) sebesar 19% dan *Non Performing Loan* (NPL) di level 2.08%, meningkatkan porsi Dana Murah mencapai minimal 64,9%, meningkatkan profitabilitas dengan pertumbuhan rasio fee based income sebesar 28,81% dan *Cost Efficiency Ratio* (CER) di bawah 40%, dan implementasi inisiatif strategis corporate plan.

Target utama tersebut akan dicapai melalui implementasi sasaran strategis yang dirumuskan menggunakan pendekatan balanced scorecard pada empat perspektif, dengan penjelasan sebagai berikut:

Perspektif Keuangan

- Meningkatkan *Company Value*, dengan target pertumbuhan nilai *Market Cap* terbesar di antara pesaing utama.
- Meningkatkan Profitabilitas Bank, yaitu *Earning After Tax* dan ROE.
- Meningkatkan *Market Share* Kredit dan Dana Murah, dengan target market share kredit mencapai 12.9% dan market share dana mencapai 13.8%.
- Meningkatkan Kualitas Aktiva Produktif, dengan menjaga nilai NPL gross maksimal sebesar 2.08%
- Mengembangkan *Transactional Banking*, untuk mencapai pertumbuhan fee based income wholesale dan retail.
- Perspektif Pelanggan
- Meningkatkan Ekspansi Kredit, dengan fokus kredit retail sehingga komposisi kredit retail meningkat.
- Meningkatkan Penghimpunan Dana Murah melalui Retail Payment, untuk meningkatkan porsi dana murah.
- Perspektif Bisnis Internal.
- Memperkuat implementasi *Good Corporate Governance*.

- Meningkatkan Kepuasan Nasabah melalui peningkatan layanan Cabang dan *e-channel* Bank Mandiri.

Perspektif Pengembangan

- Meningkatkan Inovasi & mengembangkan aliansi/sinergi dengan fokus pada implementasi inisiatif strategis corporate plan dan peningkatan income factor pegawai.
- Selain itu, Bank Mandiri juga akan memfokuskan perhatian pada area-area lain yang menjadi *enabler* pencapaian target 2015, yaitu pengembangan SDM & implementasi *culture, good corporate governance, information technology*, dan *risk management*.

Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR)

Bank Mandiri mengklaim telah melaksanakan CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Bank Mandiri telah merancang visi dan misi PKBL perusahaan. Selain itu, Bank Mandiri berpedoman pada tiga pilar PKBL yang mendasari pelaksanaan PKBL. Sebagai perusahaan Perseroan Terbatas (PT) dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Bank Mandiri terikat pada kedua peraturan tentang CSR dan pengkomunikasiannya yang diatur sesuai dalam UU tentang Perseroan Terbatas dan UU tentang Badan Usaha Milik Negara.

Bank Mandiri telah merancang visi dan misi khusus PKBL yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui setiap pelaksanaan PKBL. Visi PKBL Bank Mandiri adalah membangun masyarakat Indonesia Mandiri melalui program PKBL sebagai inspirasi guna menjadi lembaga keuangan Indonesia yang progresif dan

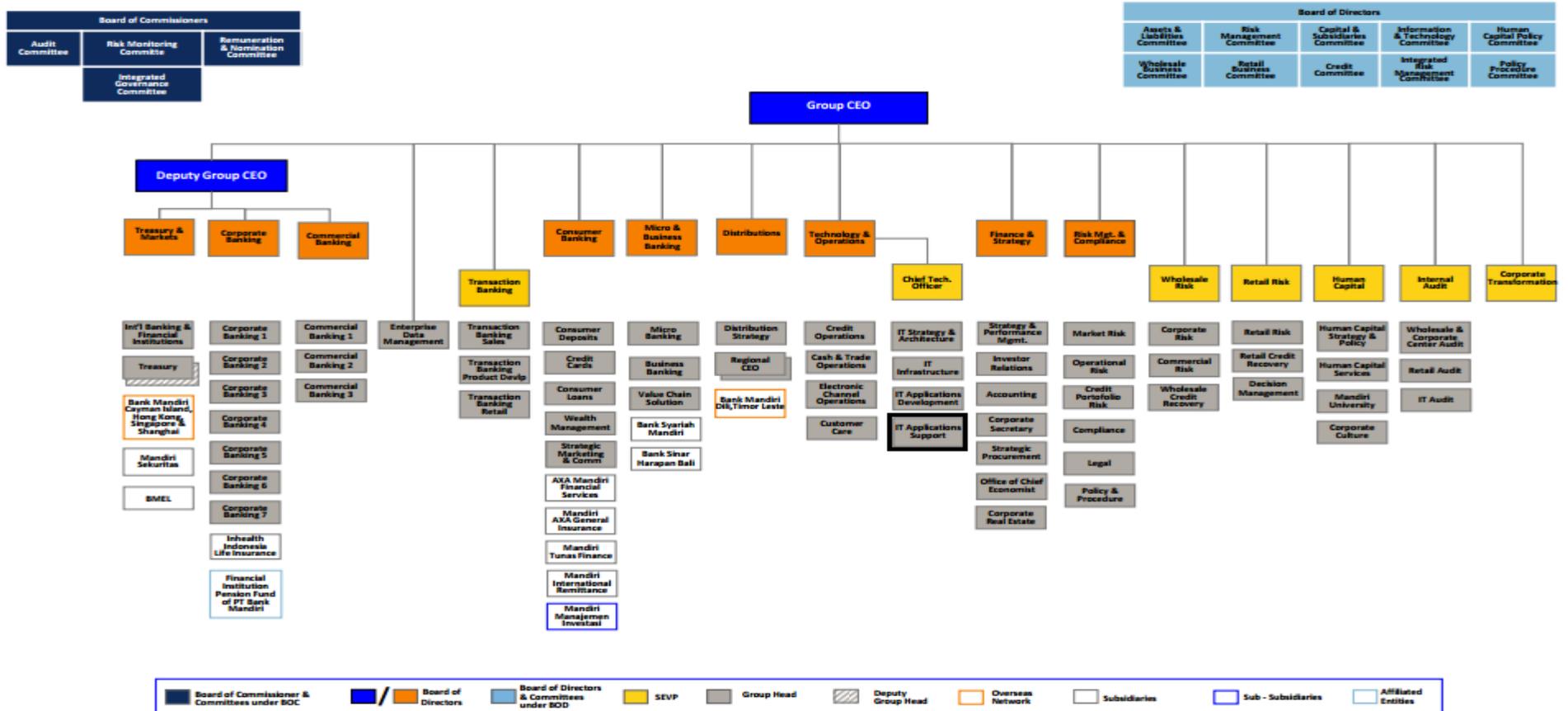
tumbuh bersama Indonesia. Visi ini diwujudkan dalam misi PKBL Bank Mandiri, yaitu menjadi mitra utama terpercaya bagi pengembangan masyarakat yang mandiri dan sejahtera, menjalankan program PKBL yang memperkuat strategi Bank Mandiri dengan governance yang terbaik, dan menjadi bagian strategi komprehensif branding Bank Mandiri sebagai lembaga keuangan bagi semua stakeholders. Bank Mandiri juga berpedoman pada ketiga pilar PKBL yang menjadi landasan perusahaan dalam mengimplementasikan PKBL. Ketiga pilar tersebut adalah kemandirian komunitas, kemandirian edukasi dan kewirausahaan, dan fasilitas ramah lingkungan. Ketiga pilar PKBL Bank Mandiri tersebut merupakan strategi dalam perancangan PKBL.

Sebagai bagian dari BUMN, Bank Mandiri terikat pada kebijakan khusus bagi BUMN yang terkait pada pelaksanaan CSR, yaitu Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dan UU No. 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. Selain itu, sebagai perusahaan Perseroan Terbatas (PT), Bank Mandiri juga terikat pada UU No. 40 tahun 2007. Bank Mandiri juga mengaplikasikan standar ASEAN Good Corporate Governance (GCG) yang menganjurkan transparansi dan keterbukaan informasi kepada stakeholder, termasuk dalam konteks CSR

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Organization Structure of PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA