



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.

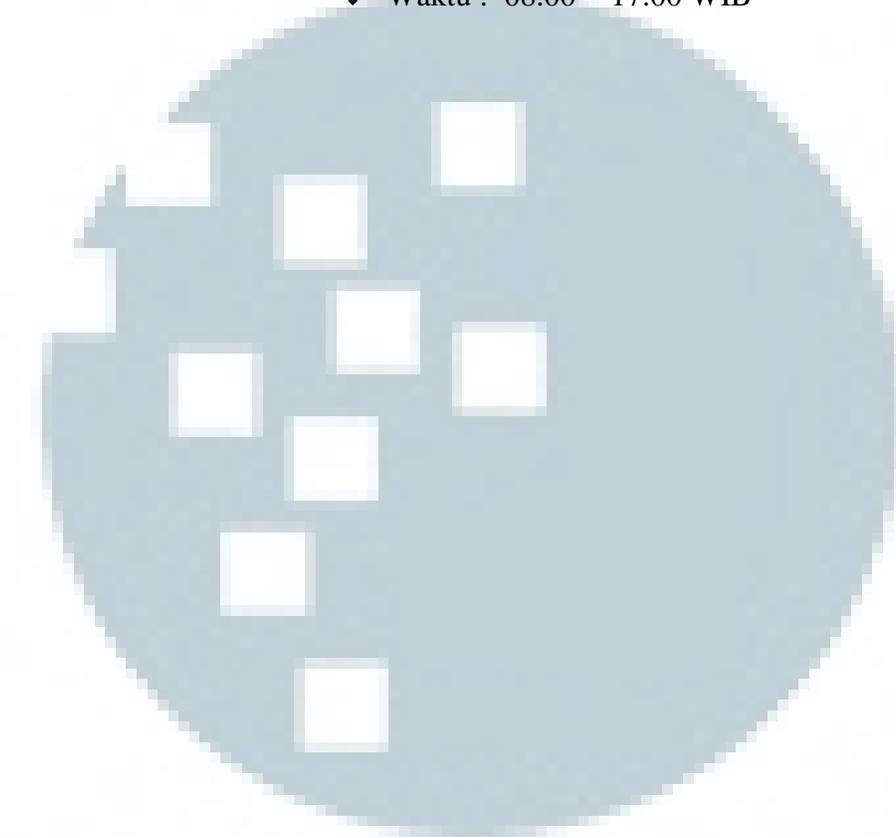
Copyright and reuse:

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.

kerja yang diterapkan oleh pihak PT Bank Maybank Indonesia,

Tbk adalah sebagai berikut :

- ❖ Hari : Senin – Jumat
- ❖ Waktu : 08.00 - 17.00 WIB



UMN

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam Bab II ini penulis menjelaskan bagaimana sejarah dari perusahaan, visi dan misi, target serta penghargaan yang sudah perusahaan dapatkan, dan PT Bank Maybank Indonesia, Tbk merupakan perusahaan akuisisi dengan Maybank Malaysia.

2.1 Sejarah Maybank Indonesia

PT Bank Maybank Indonesia Tbk (“Maybank Indonesia” atau “Bank”) didirikan pada 15 Mei 1959. Setelah mendapat izin sebagai bank devisa pada 1988, Maybank Indonesia mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang Bursa Efek Indonesia) pada 1989. Sejak menjadi perusahaan publik, Maybank tumbuh menjadi salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia.

Pada 2008, Malayan Banking Berhad (**Maybank**), bank terbesar di Malaysia dan salah satu grup keuangan terkemuka di ASEAN, mengakuisisi Maybank Indonesia melalui anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya, Maybank Offshore Corporate Services (Labuan) Sdn. Bhd. (MOCS). Sejak saat itu, Maybank Indonesia menjadi pemegang saham utama Maybank melalui dua anak perusahaannya, Sorak Financial Holdings Pte.Ltd. (Sorak) dan MOCS. Dalam rangka memenuhi kewajiban *share sell down* dari otoritas, Maybank melalui MOCS telah menjual 9% saham Bank kepada publik pada Juni 2013, dan kemudian diikuti oleh penjualan 9,3% saham pada November 2013.

Maybank Indonesia merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia dengan jaringan internasional yang memiliki 428 cabang termasuk cabang Syariah

yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia serta, dua cabang luar negeri di Mauritius dan Mumbai. Maybank juga mengembangkan layanan *e-banking* melalui BII Mobile Banking, BII Internet Banking, 13 Mobil Kas Keliling dan 1.530 ATM termasuk CDM (Cash Deposit Machine) yang terkoneksi dengan lebih dari 20.000 ATM tergabung dalam jaringan ATM PRIMA, ATM BERSAMA, ALTO, CIRRUS dan terhubung dengan 3.500 ATM Maybank di Singapura dan Malaysia melalui jaringan MEPS.

Maybank Indonesia menyediakan serangkaian produk dan jasa komprehensif bagi nasabah individu maupun korporasi melalui Retail Banking, Business Banking, dan Global Banking, serta pembiayaan otomotif melalui entitas anak WOM Finance untuk kendaraan roda dua dan BII Finance untuk kendaraan roda empat. Per 31 Desember 2014, Maybank mengelola simpanan nasabah sebesar Rp101,9 triliun dan memiliki aset senilai Rp143,3 triliun

2.1.1 Rebranding



Gambar 2.1 Banner *rebranding* BII menjadi Maybank



Berdasarkan:

1. Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT Bank Internasional Indonesia Tbk tanggal 24 Agustus 2015;

2. Persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan MenkumHAM No AHU-0941203.AH.01.02 Tahun 2015 tanggal 26 Agustus 2015 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan; dan
3. Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan No.18/KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015;

dengan ini diumumkan perubahan nama perseroan:

PT Bank Internasional Indonesia Tbk

menjadi

PT Bank Maybank Indonesia Tbk

Sehubungan dengan hal tersebut, disampaikan juga bahwa:

1. Seluruh hubungan hukum, perjanjian/kontrak, baik dengan nasabah maupun dengan mitra usaha (*business clients/vendors*) yang masih menggunakan nama dan/atau logo PT Bank Internasional Indonesia Tbk tetap berlaku;
2. Warkat Bank (Cek, Bilyet Giro, Tabungan ataupun warkat bank dalam bentuk lainnya) yang memuat nama dan/atau logo PT Bank Internasional Indonesia Tbk tetap dapat dipergunakan sampai dengan pemberitahuan lebih lanjut;
3. Kartu ATM yang memuat nama dan/atau logo PT Bank Internasional Indonesia Tbk tetap dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi di Anjungan Tunai Mandiri (ATM) sampai dengan pemberitahuan lebih lanjut;
4. Kartu kredit yang memuat nama dan/atau logo PT Bank Internasional Indonesia Tbk tetap berlaku dan dapat dipergunakan sampai dengan pemberitahuan lebih lanjut;
5. Segala fasilitas, manfaat dan fitur serta syarat dan ketentuan lainnya yang saat ini berlaku terkait dengan layanan perbankan tidak mengalami perubahan sampai dengan pemberitahuan lebih lanjut.

Jakarta, 1 Oktober 2015

Direksi

PT Bank Maybank Indonesia Tbk

2.1.2 Visi dan Misi Maybank Indonesia

Menurut Website internal Maybank Indonesia (www.maybank.co.id), dalam rangka menjadi perusahaan besar di bidang perbankan, Maybank Indonesia memiliki visi yaitu menjadi penyedia layanan keuangan di

Indonesia, didukung dengan komitmen sepenuh hati dan sumber daya yang terus berinovasi, untuk menciptakan nilai dalam memberikan layanan terhadap komunitas. Adapun misi – misi strategis di dalam mendukung tercapainya tujuan dari visi tersebut, antara lain :

“Humanising Financial Services”

1. Menyediakan akses yang nyaman bagi masyarakat untuk mendapatkan produk dan layanan perbankan.
2. Memberikan persyaratan dan harga yang wajar.
3. Memberikan *advice* kepada nasabah berdasarkan kebutuhan.
4. Berada di tengah komunitas.

Disamping itu semua, visi perusahaan juga tidak akan terwujud tanpa adanya loyalitas serta keikutsertaan dari employee Maybank Indonesia untuk sama – sama mendukung tercapainya visi perusahaan. Maybank Indonesia juga memiliki lima nilai perusahaan yang harus dijalankan oleh setiap employee yang dimilikinya, lima nilai tersebut adalah :

1. Team Work (kerja tim), dengan arti bekerja sama sebagai satu tim yang didasari nilai saling menghargai dan rasa kebanggan.
2. Integrity (integritas), Maybank Indonesia mengharapkan bahwa setiap karyawan jujur , professional dan berlandaskan moral dalam semua kegiatan usaha yang dilakukan.
3. Growth (pertumbuhan), karyawan memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan peningkatan dan pembaharuan secara konsisten.

4. Excellence & Efficiency, berkomitmen untuk menghasilkan kinerja yang sempurna dan layanan prima.
5. Relationship Building, karyawan diharapkan dapat secara berkesinambungan membangun hubungan kerjasama jangka panjang yang saling menguntungkan.

2.1.3 Pencapaian dan Penghargaan Maybank Indonesia

Berkat pelaksanaan visi dan misi, serta penerapan nilai – nilai yang telah dijalankan perusahaan, Maybank Indonesia berhasil memenangkan lebih dari 100 penghargaan nasional maupun internasional sejak tahun 2005 – 2014. Maybank Indonesia mencapai posisi terbaiknya dengan memenangkan 28 penghargaan baik nasional maupun internasional di sepanjang tahun 2014. Salah satu penghargaannya adalah *Sustainability Report CSR BII Berbagi* menerima “*Commendation for 1st Time G4 Report 2013*” dan “*Commendation for 1st Year Sustainability Report 2013*” dalam Sustainability Reporting Award (SRA) 2014 dari National Center for Sustainability Reporting (NCSR).

2.1.4. Logo

Gambar 2.2 : Logo Maybank Indonesia



Sumber : www.maybank.co.id

Logo Maybank menggunakan warna dominan kuning karena menurut negara asal Malayan Banking Berhad yaitu Malaysia, warna kuning dianggap sebagai warna raja atau pemimpin. Maybank saat ini merupakan bank no.1 di Malaysia. Simbol binatang macan atau dalam bahasa Inggris *tiger* memiliki singkatan :

T : Teamwork

I : Integrity

G : Growth

E : Excellence & Efficiency

R : Relationship

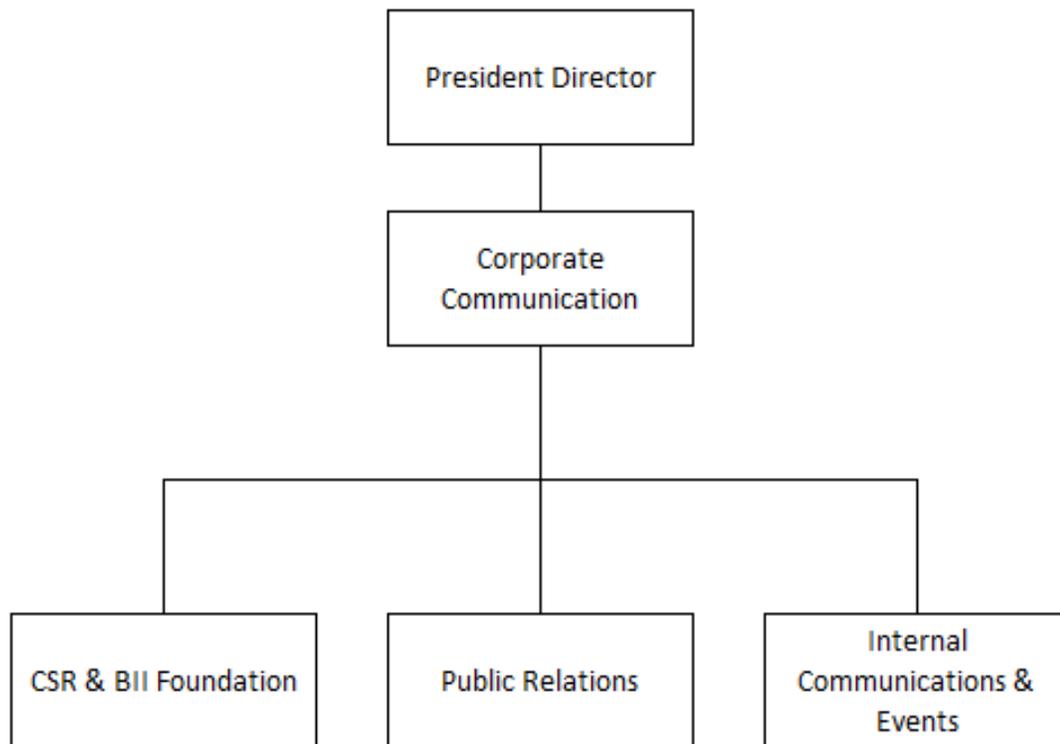
Gambar macan menghadap ke kiri atau berlawanan dari tulisan Maybank karena adanya keyakinan tidak boleh memakan sesama atau menyerang sesama Maybankers (sebutan untuk karyawan Maybank).

2.1.5 Struktur Organisasi PT Bank Maybank Indonesia Tbk

Struktur organisasi Maybank Indonesia dikepalai oleh Bapak Taswin Zakaria selaku Presiden Direktur atau CEO PT Bank Maybank Indonesia. Dibawah

posisi CEO terdapat 8 dewan direksi. Berikut adalah struktur organisasi Corporate Communication Maybank Indonesia :

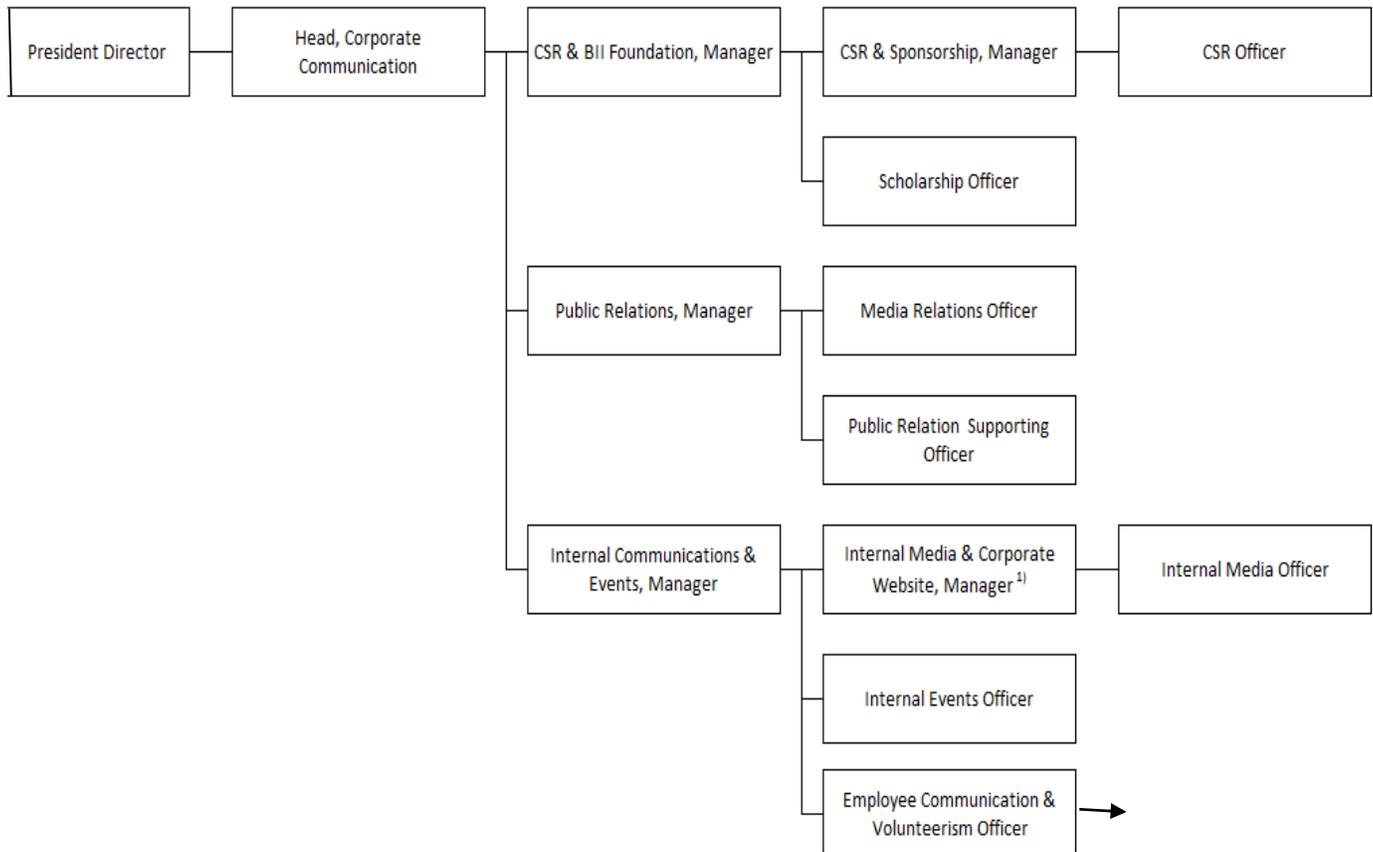
2.1.5. Struktur Organisasi – Unit Corporate Communication



Gambar 2.3 Struktur Organisasi : Corporate Communication

Sumber : Corporate Communication Maybank Indonesia

2.1.6 Garis Pelaporan



Gambar 2.4 Garis Pelaporan – Unit Kerja Corporate Communication

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

2.2.1 Internal Communications

1) Posisi dalam organisasi

Divisi : *Corporate Communication*

2) Tujuan Umum Jabatan

Jabatan ini bertujuan untuk melaksanakan kegiatan – kegiatan komunikasi, memberikan informasi dan edukasi pada publik internal perusahaan yaitu karyawan. Contoh salah satu hal penting yang perlu dikomunikasikan adalah kebijakan direksi, manajemen dan perubahannya. Jabatan ini juga berupaya untuk meningkatkan loyalitas dan rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan salah satunya melalui program “BII Beasiswa Prestasi” yang diadakan setiap tahun.

3) Uraian Tugas

a.) Mengolah dan melakukan input berkas – berkas karyawan

Maybank Indonesia dan putra- putrinya yang mendaftar sebagai calon penerima BII Beasiswa Prestasi 2015

b.) Bertanggung jawab untuk menentukan calon penerima BII

Beasiswa Prestasi 2015 dari tingkat SD sampai Perguruan Tinggi sesuai dengan ketentuan – ketentuan yang ada.

c.) Menghubungi calon – calon penerima BII Beasiswa Prestasi 2015 terkait follow up kelengkapan berkas/ dokumen dan informasi lainnya melalui telepon dan email.

d.) Menghitung presentase jumlah peserta dan penerima BII Beasiswa Prestasi 2015

e.) Membuat memo dan bahan presentasi BII Beasiswa Prestasi 2015

f.) Melakukan koordinasi dengan divisi *Human Capital* terkait kelengkapan data – data karyawan Maybank Indonesia

g.) Mengirimkan *email blast* kepada para penerima BII Beasiswa Prestasi 2015

h.) Melakukan *translate* (Indonesia-Inggris) artikel atau berita – berita seputar Maybank Indonesia yang akan disebar kepada seluruh karyawan melalui *email blast* dan MHR2U

i.) Berpartisipasi dan bertanggung jawab dalam setiap internal events yang diadakan seperti Health Talk, Wealth Talk dan Town Hall.

j.) Berperan aktif membantu pelaksanaan program CSR “Global CR Day 2015”

k.) Berpartisipasi sebagai panitia dalam Maybank Invest ASEAN 2015 yang bertugas untuk menghubungi media partner termasuk menyiapkan *goodie bag* dan *press release*.

l.) Melaksanakan tugas – tugas lain yang diberikan atasan

4) Tanggung Jawab

Bertanggung jawab terhadap :

- a.) Seluruh proses dimulai dari pengolahan dan input data, komunikasi dengan karyawan, seleksi, sampai tahap final penyerahan kepada pemenang “BII Beasiswa Prestasi 2015”
- b.) Administrasi dan registrasi acara – acara internal. Terutama talk show *Health Talk* yang diadakan sebulan 2 kali.
- c.) Menghubungi vendor catering dan melakukan koordinasi untuk konsumsi peserta acara – acara internal perusahaan
- d.) Menyusun *rundown* talk show *Health Talk* dan *Wealth Talk* di bawah bimbingan *Internal Events Officer*.