



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

PT Bank Maybank Indonesia, Tbk

2.1 Profil Perusahaan

Nama : PT Bank Maybank Indonesia, Tbk

Alamat Head Office : Sentral Senayan III
Jl. Asia Afrika No. 8
Kelurahan Gelora, Kecamatan Tanah Abang
Jakarta Pusat 10270

Telepon : (021) 29228888

Fax : (021) 29228914

Website : www.maybank.co.id

E-mail : customercare@maybank.co.id

Bidang Usaha : Bank Umum

Status / Dasar Hukum : Ijin usaha sebagai Bank Umum melalui surat keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.138412/U.M.II tanggal 13 Oktober 1959, yang telah diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015. Ijin usaha sebaga Bank Devisa melalui surat keputusan direksi Bank Indonesia No.21/11/Dir/UUPS tanggal 9 November 1998

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Bank Maybank Indonesia Tbk (sebelumnya bernama Bank Internasional Indonesia) adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang merupakan bagian dari grup Malayan Banking Berhad (Maybank), salah satu grup penyedia layanan keuangan terbesar di ASEAN. Sebelumnya, bank ini bernama Bank Internasional Indonesia (BII) yang didirikan pada 15 Mei 1959, mendapatkan ijin sebagai bank devisa pada 1988 dan mencatatkan sahamnya sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek

Jakarta dan Surabaya (sekarang telah merger menjadi Bursa Efek Indonesia) pada 1989.

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.

Perubahan nama PT Bank Internasional Indonesia Tbk menjadi PT Bank Maybank Indonesia Tbk didasarkan atas keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) PT Bank Internasional Indonesia Tbk. yang dilakukan pada 24 Agustus 2015. Namun, pada 26 Agustus 2015 baru ada persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan MenkumHAM No AHU-0941203.AH.01.02 Tahun 2015 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan.

Sementara, Otoritas Jasa Keuangan baru menyetujui perubahan tersebut melalui Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan No.18/KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015. Akhirnya, perseroan pada 1 Oktober 2015 mengumumkan perubahan nama dari PT Bank Internasional Indonesia Tbk. menjadi PT Bank Maybank Indonesia Tbk.

Seluruh hubungan hukum, perjanjian atau 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. Selain itu, 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.

Maybank Indonesia merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang terkoneksi dengan jaringan regional maupun internasional Group Maybank. Per 31 Desember 2015 Maybank Indonesia memiliki 456 cabang termasuk cabang syariah dan kantor fungsional mikro yang tersebar di Indonesia serta dua cabang luar negeri (Mauritius dan Mumbai, India), 17 Mobil Kas Keliling dan 1.065 ATM termasuk CDM (*Cash Deposit Machine*) yang terkoneksi dengan lebih dari 20.000 ATM tergabung dalam jaringan ATM Prima, ATM Bersama, Alto, Cirrus dan tergabung dengan 3.500 ATM Maybank di Singapura dan Malaysia melalui jaringan MEPS.

Maybank Indonesia menyediakan serangkaian produk dan jasa bagi nasabah individu maupun korporasi melalui layanan perbankan ritel, perbankan bisnis, dan perbankan global, serta pembiayaan otomotif yaitu WOM Finance untuk kendaraan roda dua dan Maybank Finance untuk kendaraan roda empat. Maybank Indonesia juga terus mengembangkan layanan dan kapasitas *e-banking* melalui *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan berbagai saluran lainnya.

Per 31 Desember 2015, Maybank Indonesia mengelola simpanan nasabah sebesar RP115,5 Triliun dan memiliki asset senilai RP 157,6 Triliun.



Logo Maybank

Gambar 2.1.

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 memyerang sesama *Maybankers* (sebutan untuk karyawan Maybank).

Berikut adalah pengumuman resmi yang dikeluarkan oleh PT Bank Maybank Indonesia atas perubahan nama perusahaan :

PENGUMUMAN PERUBAHAN NAMA

Berdasarkan:

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

1. 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
2. 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.



Gambar 2.1.1

2.1.2 Visi dan Misi PT.Bank Maybank Indonesia, Tbk.

➤ Visi

Menjadi penyedia layanan keuangan terkemuka di Indonesia, yang didukung oleh sumber daya manusia yang berkomitmen penuh dan inovatif untuk menciptakan nilai dan melayani komunitas.

➤ Misi

“Humanising Financial service”

- Menyediakan akses yang nyaman bagi masyarakat untuk mendapatkan produk dan layanan perbankan.
- Memberikan persyaratan dan harga yang wajar.

- Memberikan *advice* kepada nasabah berdasarkan kebutuhan.
- Berada di tengah komunitas.

Disamping itu semua, 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 kebanggaan.
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.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Profile Unit Kerja *Corporate Communication*

Seiring dengan perkembangan bisnis dan pertumbuhan PT Bank Maybank Indonesia yang semakin dinamis, serta untuk menunjang proses transformasi yang sedang berjalan, maka manajemen memandang perlu untuk menyempurnakan struktur organisasi *Corporate Communication* untuk menjadi *partner* strategis dalam merencanakan serta mensinergikan seluruh

kegiatan komunikasi Maybank kepada seluruh pihak terkait yang dapat mendukung pengelolaan citra perusahaan di mata *stakeholders*.

2.2.2 Misi, Sasaran dan Startegi Unit Kerja *Corporate Communication*

➤ **Visi**

Unit kerja *Corporate Communication* memiliki visi untuk menjadi rekan yang strategi yang mewakili manajemen dan perusahaan.

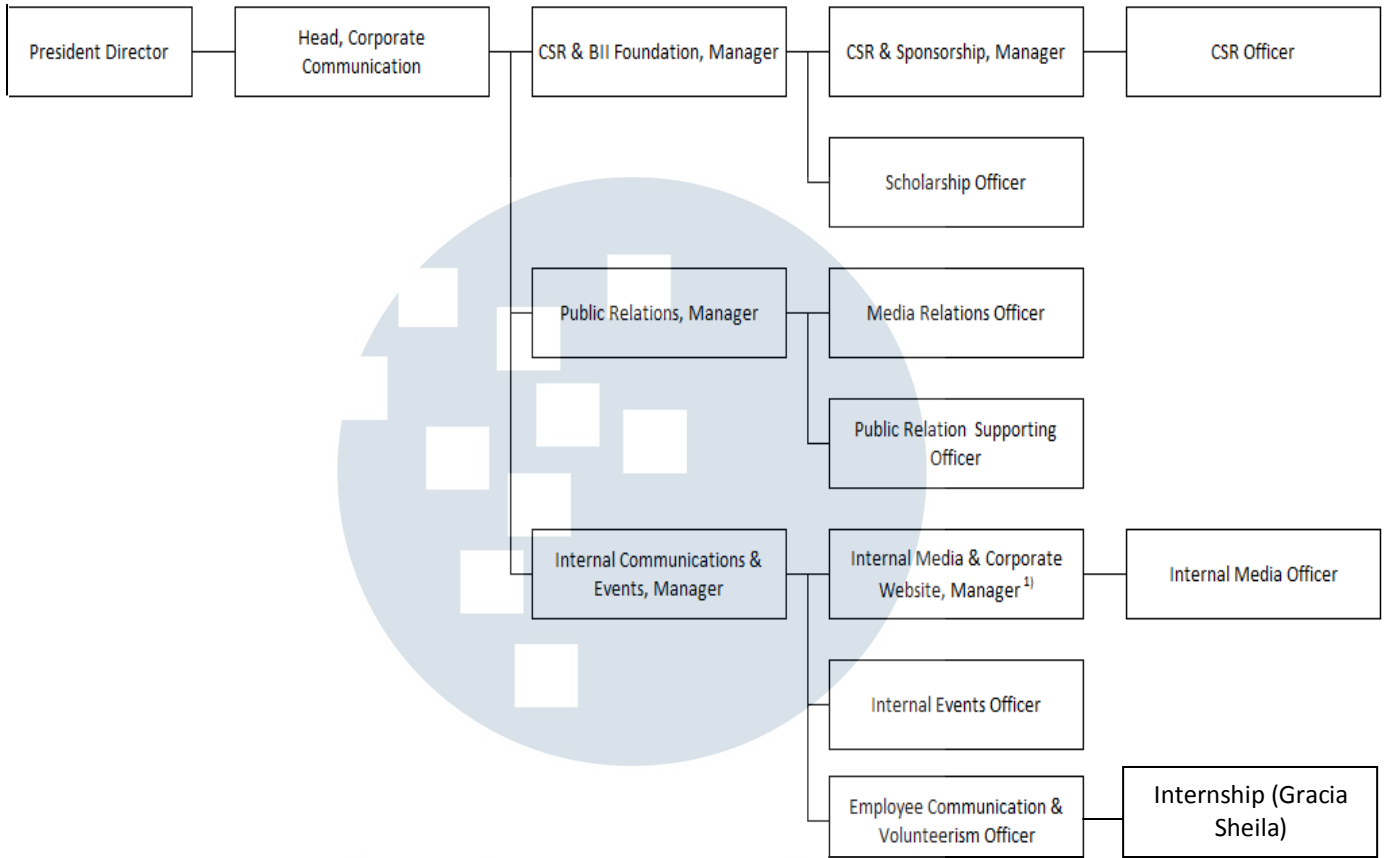
➤ **Misi**

- 1 Terjaganya reputasi perusahaan, baik dimata karyawan maupun *public*.
- 2 Informasi dari manajemen terkait kondisi dan perkembangan perusahaan dapat diterima baik oleh karyawan dan *public*.
- 3 Menjadi garda depan dan pusat informasi bagi karyawan dan *public*.

Sasaran yang ingin dicapai adalah :

- Menjadikan Maybank sebagai organisasi yang transparan, dapat dipercaya, mempunyai reputasi baik dan sebagai perusahaan terbuka yang mematuhi semua ketentuan yang berlaku.
- Terciptanya strategi komunikasi *internal* dan *eksternal* yang jelas
- Mendukung perusahaan dalam pengelolaan dan mitigasi *reputation risk* yang baik.
- Meningkatnya citra perusahaan di mata seluruh *stakeholders*
- Terciptanya hubungan yang baik dan harmonis antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*

2.2.3 Struktur Organisasi Divisi *Corporate Communication*



Gambar 2.2.3
Struktur Organisasi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA