



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 Singkat Perusahaan

2.1.1 Sejarah PT Bank Mega Tbk

PT Bank Mega Tbk, sebagai sebuah bank besar di Indonesia, telah menjalani sejarah panjang dalam proses perkembangan bisnisnya. Perkembangan ini tercermin salah satunya dari perubahan nama, logo, dan kebijakan Perusahaan dari waktu ke waktu, sebagai berikut:

- Tahun 1969 : Didirikan pertama kali dengan nama PT Bank Karman (Karya Aman) berlokasi di Surabaya.
- Tahun 1992 : PT Bank Karman berganti nama menjadi PT Mega Bank dan memindah kantor pusatnya ke Jakarta.
- Tahun 1996 : PARA Group (Para Global Investindo dan PT Para Rekan Investama) mengambil alih PT Mega Bank
- Tahun 1997 : Logo PT Mega Bank mengalami perubahan.
- Tahun 2000 : Nama PT Mega Bank diganti menjadi PT Bank Mega. Pada tahun yang sama, PT Bank Mega melakukan penawaran saham perdana. Seiring langkah strategis ini, PT Bank Mega mengganti namanya sekali lagi, menjadi PT Bank Mega Tbk.

Seiring dengan perubahan namanya menjadi PT Bank Mega Tbk, dan untuk mewujudkan aspirasinya untuk menjadi bank yang dapat bersaing dan sejajar dengan bank-bank terkemuka di kawasan Asia Pasifik, maka asas profesionalisme, keterbukaan, dan kehati-hatian, ditunjang dengan struktur permodalan yang kuat serta produk dan fasilitas perbankan mutakhir, tetap dipegang teguh oleh PT Bank Mega Tbk. Semua ini diupayakan demi tercapainya semboyan Bank Mega, yaitu “Mega Tujuan Anda”. Oleh karena itulah, visi “Menjadi Kebanggaan Bangsa” dirasakan sangat relevan oleh PT Bank Mega Tbk, Didukung kerja keras dari berbagai elemen internal dan eksternal Bank Mega, prestasi dan penghargaan di tingkat nasional, regional, hingga internasional telah berhasil diraih, antara lain:

- Bank dengan Pertumbuhan Asset Tertinggi se-Asia Pasifik versi majalah ASIA WEEK tahun 1999.
- Bank Terbaik versi majalah SWASE MBADA tahun 2002 dan 2003.
- Bank dengan Pelayanan Terbaik (Banking Service Excellence) berdasarkan Survey Marketing Research Indonesia bekerja sama dengan majalah INFOBANK.
- Emiten Terbaik untuk sektor perbankan versi majalah INVESTOR tahun 2003.
- Predikat Bank yang Sangat Bagus selama 5 tahun berturut-turut versi majalah INFOBANK dari tahun 2001 hingga 2005.
- Penghargaan untuk Mega Visa dalam kategori Outstanding Performer dan Volume Growth Award dari VISA International tahun 2006.
- Kriya Pranala Award dalam Linkage Program sebagai The Best Newcomer dari Bank Indonesia tahun 2006.
- Global Transaction Services USD Straight Through Processing Award dari CITIBANK – Jakarta.
- Gold Medal Quality Crown Award dari Business Initiative Direction di Spanyol.
- Call Center Service Excellence Award dari Care-Centre for Customer Satisfaction and Loyalty.
- 10 Besar Bank Paling Likuid di Asia versi majalah GLOBE ASIA.
- The Best Domestic Bank Foreign Exchange Services 2009, dari Majalah ASIA MONEY.
- Banking Service Excellence dari majalah Swasembada dan majalah Infobank bekerja sama dengan Market Research Indonesia (MRI).
- Wealth Added Creator Award 2010, berdasarkan Wealth Added Index, versi majalah SWA , Stern & Co.
- Peringkat ke-3 Bank dengan Kualitas Pelayanan Terbaik diberikan oleh lembaga 10rofes independen Institute Service Management Studies (ISMS).
- Bank Mega berhasil menempati peringkat ke-3 terbaik kualitas pelayanan bank di Jakarta dengan nilai 88.74 (predikat Baik Sekali) dari Majalan Infobank edisi Maret

2012 bersama dengan ISMS (Institut Service Management Studies) melalui Customer Satisfaction Survey.

- Peringkat ke-1, The Best Bank 2012 in “Marketing”, kategori bank umum 11 rpe> Rp. 25 s/d 100 triliun, diberikan oleh Majalah Business Review bekerja sama dengan Perbanas.

Seiring perkembangan zaman, dinamika bisnis di segala bidang telah mengalami perubahan yang signifikan, tak terkecuali di sektor perbankan. Perbedaan kinerja bank, dahulu dan sekarang, dapat dilihat seperti di bawah ini.

Dahulu:

1. Bisnis perbankan hanya menjadi lembaga pengumpul simpanan dan lembaga penyaluran dana, yang mendasarkan bisnisnya pada besaran jaminan,
2. Bank hanya menjalankan strategi penentuan harga (pricing) dalam menghadapi persaingan bisnis, dan
3. Perbankan cenderung menghindari risiko, sehingga berdampak pada kurang optimalnya sektor perbankan dalam menjalankan perannya sebagai lembaga intermediasi.

Sedangkan kinerja bank saat ini:

1. Bank berkembang menjadi lembaga penyedia beragam jasa transaksi dan lembaga pengelola keuangan,
2. Bank lebih menitikberatkan aktivitasnya pada kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, dan
3. Pengelolaan risiko perbankan lebih ditekankan pada proses mitigasi dibandingkan sebelumnya. Selain melakukan perubahan mendasar di beberapa bidang, Bank Mega juga akan melanjutkan dan meningkatkan sinerginya.

Gambar 2.1 Menara Bank Mega



Sumber : PT. Bank Mega Tbk

2.1.2 Sejarah MegaFirst

Dengan *track record* yang luar biasa sejak diakuisisi oleh Para Group pada tahun 1996, yang kemudian berganti nama menjadi CT Corpora di tahun 2012, Bank Mega menjadi salah satu bank komersial yang memiliki 343 cabang di seluruh Indonesia. Bank Mega telah meraih berbagai penghargaan prestisius, termasuk penghargaan ‘Bank Terbaik dalam pemasaran 2012 (pada kategori bank dengan aset 25-100 triliun)’ dari majalah Business Review; ‘Bank Sangat Bagus’ tahun 2011 dari majalah SWA, Stren & Co; ‘Best Domestic Providers of FX Services 2009’ dari majalah AsiaMoney; penghargaan ‘Inisiator Co-Branding Card di Indonesia’ dari MURI; dan ‘The Most Liquid Bank in Indonesia’ dari Globe Asia di tahun 2008. Padahal, pada tahun 2008, perekonomian Indonesia sedang tidak stabil karena krisis ekonomi global.

Bank Mega melihat adanya potensi besar akan permintaan layanan perbankan khususnya bagi nasabah *affluent* di Indonesia. Sehingga untuk menunjang permintaan akan layanan yang eksklusif, maka, pada tahun 2006, Bank Mega meluncurkan MegaFirst. MegaFirst adalah sebuah layanan *priority banking* yang khusus dibuat untuk menyajikan solusi *one-stop banking* dan memperkenalkan satu-satunya

proposisi penjualan yang unik yang berfokus pada *Lifestyle Benefits dan Privileges*. MegaFirst memahami kebutuhan pelanggan akan transaksi perbankan yang cepat serta aman, solusi *banking* yang tepat dan terperinci, layanan *wealth management* yang dinamis dan terjamin, dan kebutuhan *lifestyle* yang dikelola secara eksklusif dan profesional.

MegaFirst menjalin kerjasama dengan seluruh anak perusahaan dari CT Corpora seperti TransFashion, Trans Luxury Hotel, Trans Studio Theme Park, Anta/Vaya Tours, Ibis Hotel, Baskin Robins, Carrefour, The Coffe Bean and Tea Leaf, dan Wendy's.

2.2 Visi Misi Perusahaan

2.2.1 Visi, Misi dan Nilai PT Bank Mega Tbk.

Visi : MENJADI KEBANGGAAN BANGSA

Misi : Mewujudkan hubungan baik yang berkesinambungan dengan nasabah melalui pelayanan jasa keuangan yang prima dan kemampuan kinerja organisasi terbaik untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham.

Nilai :

- Kewirausahaan
- Etika
- Kerjasama
- Dinamis
- Komitmen

2.2.1 Visi dan Misi MegaFirst

Visi : " TO MAKE EVERY AFFLUENT INDIVIDUALS IN INDONESIA BECOME MEGAFIRST CUSTOMERS " (Untuk membuat setiap individu-individu kaya di Indonesia menjadi nasabah MegaFirst)

Misi : Untuk mencapai jumlah nasabah, saldo rata-rata serta total dana sesuai dengan target.

2.3 Filosofi PT Bank Mega Tbk

Bank Mega menyelenggarakan press conference sosialisai logo baru, pada hari kamis, 20 juni 2013 bertempat di Auditorium Menara Bank Mega. Secara resmi logo baru Bank Mega telah dimulai pemakaiannya sejak tanggal 7 mei 2013. Berikut ini ringkasan filosofi dan apa yang mendasari perubahan logo baru Bank Mega.

Identitas baru Bank Mega terdiri dari logo dan profes grafis huruf “M” yang merefleksikan *positioning* dan acuan pertumbuhan yang baru bagi Perusahaan. Warna-warna hangat merupakan luapan profes dari logo baru Bank Mega yang menarik dan solusi keuangan yang komprehensif kepada pelanggan mereka. Set baru warna dipilih untuk mencerminkan keyakinan ini; warna kuning menggambarkan kecerdasan dan harapan. Warna abu-abu menggambarkan proses dan sistem yang canggih. Warna orange menggambarkan semangat dan profesi, menunjukkan setiap profes Bank Mega selalu melihat sudut pandang positif atas setiap kejadian dan berbagai keadaan, dan selalu mengupayakan hasil akhir yang terbaik.

Identitas baru ini merefleksikan ambisi Bank Mega untuk mewujudkan masyarakat dan bangsa Indonesia yang maju dan sejahtera, dengan menyediakan berbagai solusi keuangan yang spesifik sesuai kebutuhan setiap nasabah secara lengkap dan menyeluruh, dikelola secara professional dengan teknologi berkelas dunia dan kontrol kualitas yang terjaga baik, yang memungkinkan setiap individu, keluarga dan bisnis nasabah berada pada jalur cepat dalam mencapai keberhasilan dibidang keuangan.

Gambar 2.2 Logo Bank Mega



Sumber : PT. Bank Mega Tbk,

Gambar 2.3 Logo MegaFirst



Sumber : PT. Bank Mega Tbk,

2.4 Struktur Organisasi

PT Bank Mega Tbk di pimpin oleh BOC (*Board Of Commisioners*) yang dikepalai oleh Chairul Tanjung sebagai komisaris utama dan Achjadi Ranuwisastra, Rachmat Maulana dan J B Kendarto sebagai komisaris independen. Tugas dari BOC sebagai pengawas dari kinerja PT Bank Mega Tbk secara umum.

Posisi di bawah BOC ditempati oleh *President Directory* yang bertugas sebagai kepala struktur organisasi PT Bank Mega Tbk yang memiliki tanggung jawab untuk membangun seluruh kepentingan Bank Mega secara umum dan melaporkan kinerja perusahaan kepada BOC. *President Director* dikepalai oleh Kostman Thayib.

Di bawah posisi *President Director* PT Bank Mega, terdapat 7 (tujuh) *managing director* yang memiliki tugas masing - masing sesuai dengan bagiannya. *Managing director* memiliki kewajiban melaporkan kinerja dari bagiannya kepada *president director*.

Sementara itu, di bawah posisi dari *managing director* untuk divisi MegaFirst adalah *MegaFirst Head*, yang dikepalai oleh Linda Suriani Wirawan. Tugas dari *MegaFirst Head* itu sendiri adalah sebagai kepala dari divisi MegaFirst yang membuat strategi untuk perkembangan MegaFirst secara keseluruhan.

MegaFirst memiliki 2 (dua) divisi yang bertugas membangun serta memelihara tabungan MegaFirst, yakni *MegaFirst Acquisition and Portfolio* dan *MegaFirst Marketing*. Kedua divisi ini memiliki kewajiban sebagai pembuat strategi dan implementasi bagi kepentingan MegaFirst melalui persetujuan *MegaFirst Head*.

Untuk divisi *MegaFirst Acquisition and Portfolio* yang dikepalai oleh Amir Widjaja, memiliki tugas sebagai manajemen untuk semua personil yang berhubungan

dengan MegaFirst, akuisisi dan *portfolio* nasabah MegaFirst termasuk produk dan servis yang ditawarkan, membuat program dan memonitor pelaksanaannya di cabang-cabang.

Di bawah divisi MegaFirst Acquisition and Portfolio, terdapat 3 divisi yakni : MF *People Management*, MF *Portfolio Management* dan MF *Customer Acquisition and Engagement* yang memiliki tugas sebagai strategi dan implementasi untuk memenuhi tugas dari divisi MegaFirst *Acquisition and Portfolio* yang dilaporkan serta disetujui oleh MegaFirst *Acquisition and Portfolio Head*.

Untuk divisi MegaFirst *Marketing* yang dikepalai oleh Veronica Misako, memiliki tugas meliputi : Membuat standar layanan untuk nasabah MegaFirst dan memonitor pelaksanaan di cabang, Bekerja sama dengan pihak internal dan eksternal membuat dan memberikan benefit kepada nasabah MegaFirst, Bekerja sama dengan pihak *internal* dan eksternal dalam menyelenggarakan acara untuk nasabah MegaFirst.

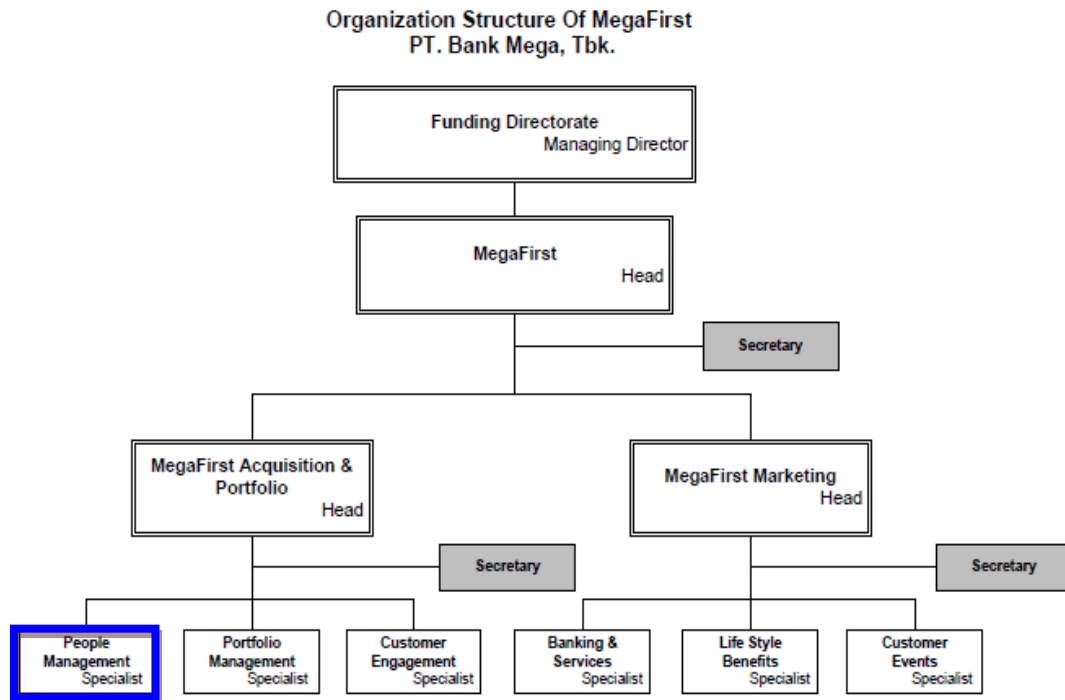
Dibawah divisi MegaFirst *Marketing*, terdapat 3 divisi yaitu : MF *Banking Privileges and Services*, *Lifestyle Privileges Group and Non Group*, dan MF *Customer Events* yang memiliki tugas sebagai strategi dan implementasi untuk memenuhi tugas dari divisi MegaFirst *Marketing* yang harus dilaporkan serta disetujui oleh MegaFirst *Marketing Head*.

UMMN

2.5 Kedudukan *People Management* dalam divisi MegaFirst

Di bawah ini merupakan posisi kedudukan *People Management* dalam divisi MegaFirst :

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Divisi MegaFirst



Sumber : PT Bank Mega Tbk,

Selama melakukan praktek kerja magang di PT. Bank Mega Tbk, penulis menempati posisi sebagai *Assistance People Management Specialist* yang berada di bawah divisi MegaFirst Acquisition and Portofolio (MFAP).

Dalam posisi ini, penulis ditugaskan untuk membantu salah satu *people management specialist* dalam membuat *reward* dan *punishment* system bagi PRM, meningkatkan perfoma staf melalui *coaching* dan *counseling*, mempersiapkan staf menuju ke jengjang karir yang lebih tinggi dan merencanakan system bersama divisi *Corporate Banking System* (COBS) dalam membangun sistem yang memudahkan pekerjaan berkaitan MegaFirst.

MegaFirst *Acquisition and Portfolio* di bagi menjadi 3 (tiga) bagian yakni :

1. *People Management Specialist* :

Memiliki kewajiban sebagai perencanaan dan memenuhi jumlah, kualitas staf dan biaya *human resources*, meningkatkan performa staf melalui *training*, seminar, *couching* dan *counseling* serta mempersiapkan staf ke jenjang yang lebih tinggi.

2. *Portfolio Management Specialist* :

Memiliki tugas membuat produk *bundling* dengan bekerja sama dengan bagian *Product Development*, produk asuransi dan produk lainnya serta bekerja sama dengan unit bisnis yang lain terkait *Cross Selling*.

3. *Customer Engagement Specialist*

Memiliki tanggung jawab membuat serta mengevaluasi seluruh program-program yang ditujukan kepada nasabah MegaFirst serta membuat dan memonitor program yang ditujukan untuk mempertahankan nasabah eksisting dan juga program untuk menarik nasabah baru.

UMMN