



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.

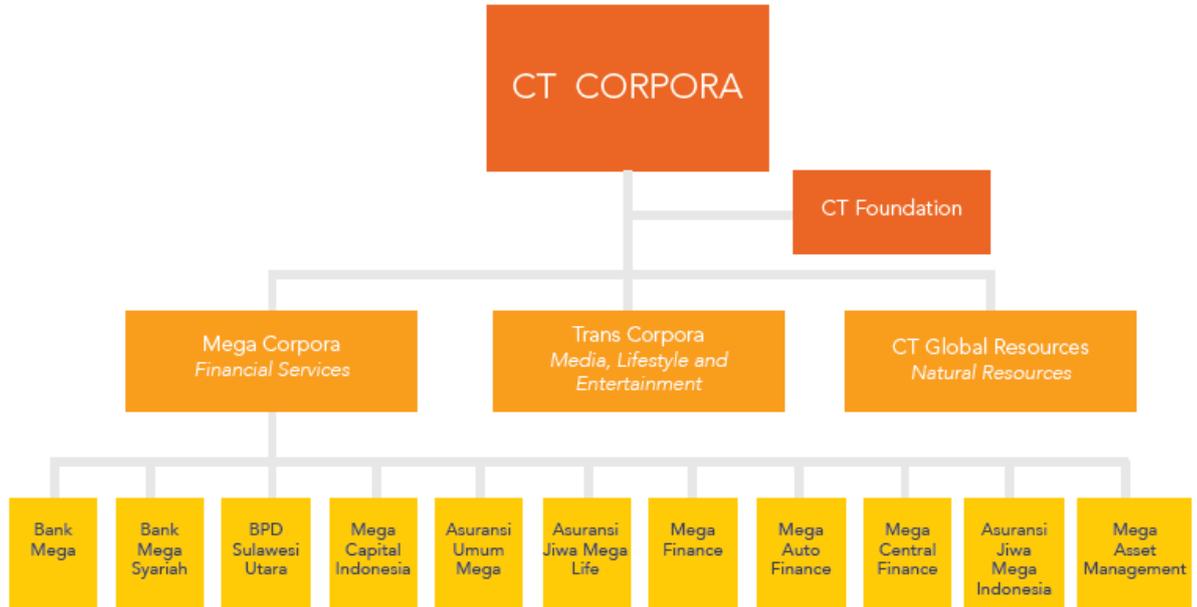
Copyright and reuse:

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

Gambar 2.1 CT Corpora (Sumber: internal Bank Mega)



2.1 Sejarah Singkat PT. Bank Mega, Tbk

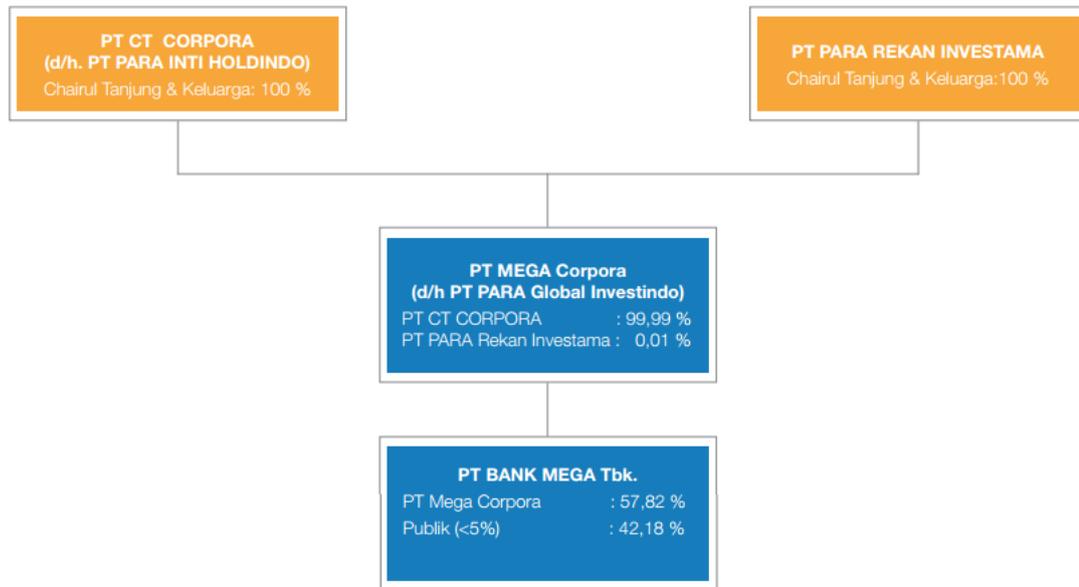
PT. Bank Mega, Tbk merupakan salah satu anak perusahaan CT Corporation yang bergerak di bidang jasa perbankan. Berawal dari sebuah usaha milik keluarga bernama PT. Bank Karman yang didirikan pada tahun 1969 dan berkedudukan di Surabaya, selanjutnya pada tahun 1992 berubah nama menjadi PT. Mega Bank dan melakukan relokasi kantor pusat ke Jakarta.

Seiring dengan perkembangannya PT. Mega Bank pada tahun 1996 diambil alih oleh PARA GROUP (PT. Para Global Investindo dan PT. Para Rekan Investama). Untuk lebih meningkatkan citra PT. Mega Bank, pada bulan Juni 1997 melakukan perubahan logo dengan tujuan bahwa sebagai lembaga keuangan kepercayaan masyarakat, akan lebih mudah dikenal melalui logo perusahaan yang baru tersebut. Dan pada tahun 2000 dilakukan perubahan nama dari PT. Mega Bank menjadi PT. Bank Mega.

Dalam rangka memperkuat struktur permodalan maka pada tahun yang sama PT. Bank Mega melaksanakan *Initial Public Offering* dan *listed* di BEJ

maupun BES. Dengan demikian sebagian saham PT. Bank Mega dimiliki oleh publik dan berubah namanya menjadi PT. Bank Mega Tbk.

Gambar 2.2 Kepemilikan Saham Bank Mega (Sumber: internal Bank Mega)



Pada saat krisis ekonomi, Bank Mega mencuat sebagai salah satu bank yang tidak terpengaruh oleh krisis dan tumbuh terus tanpa bantuan pemerintah bersama-sama dengan Citibank, Deutsche Bank dan HSBC.

PT. Bank Mega Tbk. dengan semboyan "Mega Tujuan Anda" tumbuh dengan pesat dan terkendali serta menjadi lembaga keuangan ternama yang mampu disejajarkan dengan bank-bank terkemuka di Asia Pasifik dan telah mendapatkan berbagai penghargaan dan prestasi baik di tingkat nasional, regional maupun internasional. Dalam upaya mewujudkan kinerja sesuai dengan nama yang disandangnya, PT. Bank Mega Tbk. berpegang pada azas profesionalisme, keterbukaan dan kehati-hatian dengan struktur permodalan yang kuat serta produk dan fasilitas perbankan terkini.

Beberapa produk dan layanan yang ditawarkan kepada nasabah Bank Mega antara lain:

- a. Simpanan, yakni tabungan individu, tabungan giro, tabungan deposito.
- b. Pinjaman, yakni pinjaman individu dan pinjaman bisnis.

- c. Pembiayaan, seperti Mega Otto Joint Purchase dan Mega Inventory Purchasing.
- d. Treasury, seperti Mega Devisa dan Mega Currency Swap.
- e. Kartu kredit, seperti Mega Visa Infinite, Mega Visa Platinum, Metro Mega Card, dan Carrefour Mega Card.
- f. perbankan elektronik, seperti Mega Mobile, Mega ATM, dan Mega Cash.
- g. Perbankan Internasional, seperti Mega Remittance dan Mega Trade Financing Guarantee.
- h. Mega Call
- i. MegaFirst

Gambar 2.3 Menara Bank Mega (Sumber: Internal Bank Mega)



2.2 Logo PT. Bank Mega, Tbk

Gambar 2.4 Logo Bank Mega (Sumber: internal Bank Mega)



Sejak pengambilalihan saham Bank Mega pada tahun 1996 oleh CT Corp,

Bank Mega dikelola oleh sekelompok putra bangsa yang masih muda, profesional dan mempunyai visi yang sama yaitu ingin turut berperan serta membangun perekonomian di Indonesia. Kinerja Bank Mega pun terus meningkat di tengah persaingan dunia perbankan yang demikian ketat. Seiring meningkatnya kinerja perusahaan, Bank Mega terus melakukan inovasi dan perubahan untuk memberikan jasa dan layanan perbankan terbaik. Salah satunya adalah melakukan penggantian logo atau identitas perusahaan.

Warna-warna hangat merupakan luapan energi 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 optimisme, menunjukkan setiap insan 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 profesional 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 di bidang keuangan.

Transformasi logo ini merupakan refleksi yang mendalam atas harapan Bank Mega untuk berkiprah membangun Indonesia menjadi bangsa yang memiliki keunggulan dan pantang menyerah sehingga selalu mampu mewujudkan kesejahteraan dan kehidupan yang terus lebih baik. Penegasan simbol “M” yang selama ini sudah banyak dikenal, kini menjadi representasi dari aspirasi, optimisme, peluang dan cita-cita masyarakat Indonesia serta keinginan untuk membangun masa depan keluarga dan bangsa yang lebih baik dan lebih sejahtera.

2.3 Visi dan Misi PT. Bank Mega, Tbk

2.3.1 Visi PT. Bank Mega, Tbk

Manajemen Bank Mega percaya bahwa keberhasilan organisasi sangat bergantung kepada seberapa kuat seluruh jajarannya mempedomani visi, misi dan nilai-nilai ideal yang tumbuh dari dalam organisasinya. Nilai-nilai yang telah terbukti berkali-kali menopang kinerja dan mempersembahkan karya yang dapat dinikmati bersama oleh para *stakeholder*-nya. Bank Mega mempunyai visi untuk menjadi Kebanggaan Bangsa.

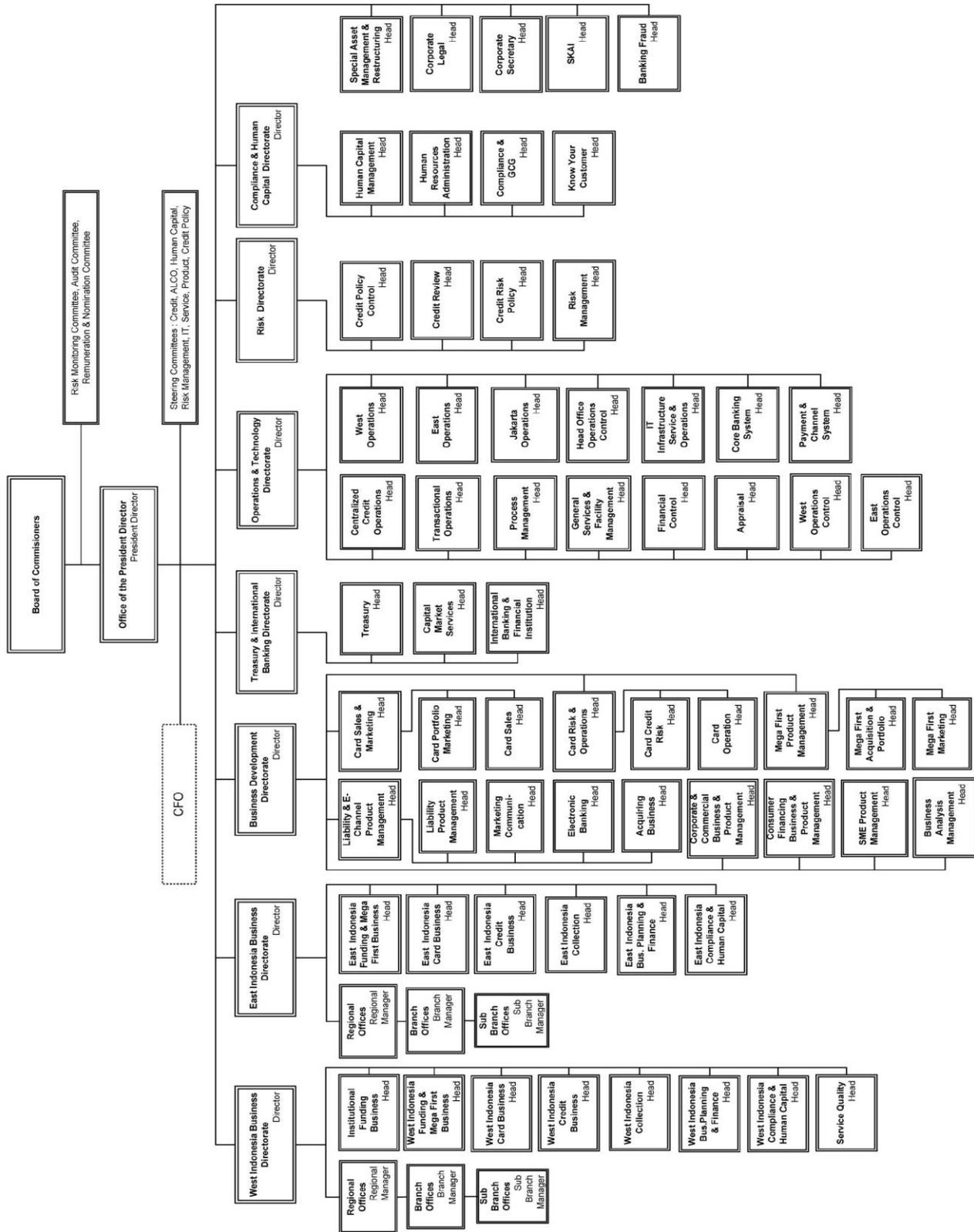
2.3.2 Misi PT. Bank Mega, Tbk

Menciptakan hubungan baik yang berkesinambungan dengan nasabah melalui pelayanan jasa keuangan dan kemampuan kinerja organisasi terbaik untuk meningkatkan nilai bagi para pemegang saham. Seperti halnya dikatakan pada pembahasan mengenai visi Bank Mega, perusahaan perbankan ini juga mempunyai nilai-nilai perusahaan yang menjadi pedomannya antara lain Kewirausahaan; Etika; Kerjasama; Dinamis; dan Komitmen.

2.4 Struktur Organisasi PT. Bank Mega, Tbk

PT. Bank Mega, Tbk membawahi banyak sekali bagian dan divisi yang memiliki tugas serta fungsi yang berbeda-beda dengan tujuh direktoral, seperti *West Indonesia Business Directorate*, *East Indonesia Business Directorate*, *Business development Directorate*, *Treasury & International Banking Directorate*, *Operation & Technology Directorate*, *Risk Directorate*, dan *Compliance & Human Capital Directorate*. Selain terbagi menjadi tujuh direktorat, Bank Mega juga memiliki lima divisi yang hampir sama sejajarnya dengan direktorat, antara lain *Special Asset Management & Restructuring*, *Corporate Legal*, *Corporate Secretary*, *SKAI*, dan *Banking Fraud*.

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Bank Mega (Sumber: Internal Bank Mega)



2.5 Sejarah Singkat 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 berhasil menjadi salah satu bank terpercaya di Indonesia dengan total aset sebesar 65,2 triliun rupiah di akhir tahun 2012. Bank Mega juga berhasil 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.

Gambar 2.6 Logo MegaFirst (Sumber: Internal MegaFirst)



Untuk melengkapi layanan dan memperluas segmen nasabah, Bank Mega meluncurkan MegaFirst di tahun 2006. MegaFirst adalah sebuah layanan *priority banking* yang diperuntukkan bagi nasabah affluent. Jadi pada tahun 2012, MegaFirst merubah *unique selling proposition*-nya 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.

Dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya, 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. Di samping itu,

nasabah MegaFirst juga dapat menikmati berbagai fasilitas yang dipersembahkan oleh Visa Infinite dengan *merchant-merchant exclusive* lainnya di Indonesia.

2.6 Visi dan Misi MegaFirst

MegaFirst mempunyai visi untuk menjadikan seluruh individu- individu kaya di Indonesia untuk bergabung menjadi nasabah MegaFirst. Sedangkan misi MegaFirst adalah mendapatkan banyak nasabah dan mencapai target total *funding*.

2.7 Struktur Organisasi MegaFirst

MegaFirst membawahi dua divisi yang memiliki tugas serta fungsi yang berbeda-beda, yakni divisi *MegaFirst Portfolio and Acquisition* (MFAP) dan *MegaFirst Marketing* (MFMA). Di dalam divisi MFAP terdapat tiga subdivisi atau unit, yaitu *people management*, *portfolio management*, *customer engagement*. Divisi MFMA juga terdapat tiga subdivisi atau unit, yaitu *banking and service*, *lifestyle benefits*, dan *customer event*. Berikut gambar struktur organisasi MegaFirst:

Gambar 2.7 Struktur Organisasi MegaFirst (Sumber: Internal MegaFirst)

