

Kabar**Maybank** INDONESIA

Membangun Budaya Kerja

Mengatasi Kondisi Pasar yang Menantang

Fokus

Laporan Keuangan Maybank Indonesia
Semester I/2020

Engagement

Saling Memaafkan dalam Halalbihalal Virtual



Daftar Isi



Fokus

03. Laporan Keuangan Maybank Indonesia Semester I/2020

Peristiwa

11. Pengundian *Co-branding* Maybank Finance

Engagement

18. Saling Memaafkan dalam Halalbihalal Virtual

21. Global Banking *Success Story*

27. Parlindungan Marpaung: Menjadi Lebih Baik di Era Baru

Salam Redaksi

Penyebaran wabah Covid-19 telah memberi pengaruh negatif terhadap perekonomian global dan nasional. Namun di tengah situasi ini, Maybank Indonesia berhasil membukukan kenaikan laba bersih setelah pajak dan kepentingan non-pengendali (PATAMI) sebesar 7% menjadi Rp809,7 miliar pada semester pertama yang berakhir pada 30 Juni 2020.

Cerita baik lain di masa pagebluk juga ditorehkan tim Global Banking yang berhasil mencapai kesepakatan bisnis dengan ekosistem usaha PT Ultra Mandiri Telekomunikasi (PT. UMT) yang merupakan anak usaha PT Pembangunan Perumahan (PT PP Tbk) serta PT Smart.

Pandemi Covid-19 memang memberikan tantangan baru bagi Maybank Indonesia. Seiring imbauan menjaga jarak oleh Pemerintah yang memaksa nasabah lebih banyak berada di rumah masing-masing, kebiasaan dan perilaku mereka pun berubah.

Terkait bagaimana perubahan perilaku itu dan bagaimana kita menyikapi dan meresponsnya, pakar *marketing* Bpk. Edysen Shin dan motivator Bpk. Parlindungan Marpaung menjabarkan sejumlah tips kepada Maybankers.

Terakhir, kondisi ini tidak membuat kita melupakan situasi sekitar, sesuai misi *Humanising Financial Services*, dengan menyalurkan bantuan kepada kelompok marjinal dan masyarakat prasejahtera di sejumlah daerah.

Salam!



Juni 2020/Edisi 06

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| • Penasihat | : Direksi |
| • Pembina | : Esti Nugraheni |
| • Pemimpin Redaksi | : R. Sukrido Hasto Broto |
| • Wakil Pemimpin Redaksi | : Windhu Eka Ramadhi |
| • Redaksi | : Amalia Mahdini |

Kontributor:

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| • Masayu Dian Koesban | : Strategic Planning & PMO |
| • Arky Soetopo Putri | : Global Banking |
| • Zakia Ayu Permata | : Sharia Banking |
| • Muhammad Adib | : Corporate & Brand Communications |
| • Neza Fitri Rahmania | : CX Management |
| • Marsif Almaidy | : Tax Management |
| • Margaretha N. Lamria Dora | : Human Capital |

Kabar Maybank Indonesia juga dapat diakses melalui maybankportal, [MyHR2u](https://myhr2u), dan [MyNet](https://mynet) <https://maybankportal>

Redaksi menerima kiriman naskah atau artikel, berita, humor ataupun pengetahuan populer. Redaksi berhak mengedit isi naskah atau isi artikel yang diterima tanpa mengurangi maknanya. Artikel yang dikirimkan tidak lebih dari dua halaman A4 dengan spasi satu untuk setiap paragraf. Naskah yang dikirimkan menjadi hak redaksi.

Informasi seputar kegiatan minimal berisikan informasi 5W + 1H (*What, When, Where, Who, Why + How*). Untuk pengiriman foto, harap dikirimkan versi jpeg dengan ukuran minimal 300 kb. Kirimkan naskah dan foto Anda ke alamat e-mail: CCommunications@maybank.co.id

Laporan Keuangan Maybank Indonesia Semester I/2020



Ikhtisar Keuangan

Pertumbuhan Semester Pertama 2020 dibandingkan Semester Pertama 2019

- › Laba bersih setelah pajak dan kepentingan non pengendali (PATAMI) naik 7,0% menjadi Rp809,7 miliar
- › Rasio CASA naik menjadi 40,0% dengan pertumbuhan tabungan sebesar 9,9%
- › Pendapatan non bunga (BAU) naik 11,0% menjadi Rp1,2 triliun yang sebagian besar berasal dari *Global Market*, *Wealth Management Ritel* dan transaksi digital:
 - Pendapatan *fee Global Market* tumbuh lebih dari 100%
 - Transaksi keuangan *mobile banking* tumbuh lebih dari 100%
 - Pendapatan *fee Bancassurance* dan *Wealth Management* tumbuh 29%
- › Laba sebelum pajak Perbankan Syariah meningkat 16,4% menjadi Rp175,2 miliar
- › Total pembiayaan Perbankan Syariah termasuk portofolio Kafalah tumbuh menjadi Rp25,4 triliun
- › Tabungan Perbankan Syariah tumbuh hampir 40%
- › Biaya *overhead* dikelola secara efektif dengan penurunan 4,6% dibandingkan tahun lalu
- › Posisi modal yang kuat dengan Rasio Kecukupan Modal (CAR) sebesar 22,1% dan total modal sebesar Rp26,4 triliun



Maybank

Laba Bersih Maybank Indonesia pada Semester Pertama 2020 Naik Menjadi Rp809,7 Miliar

Di tengah gejolak pasar akibat pandemi Covid-19, Maybank Indonesia mencatatkan kenaikan laba bersih setelah pajak dan kepentingan non-pengendali (PATAMI) sebesar 7 persen, menjadi Rp809,7 miliar pada semester pertama yang berakhir 30 Juni 2020.

Kenaikan ini didukung peningkatan pendapatan non-bunga (*fee based income*) dan pengelolaan biaya strategis secara berkelanjutan (*sustained strategic cost management*). Bank mencatat kenaikan pendapatan *fee based* sebesar 1,4% menjadi Rp1,2 triliun dibandingkan tahun sebelumnya, di mana terdapat pendapatan *fee* non-rutin sebesar Rp101,0 miliar dari hasil penyelesaian arbitrase domestik.

Bila pendapatan *fee* non-rutin tersebut tidak diperhitungkan, maka Bank mencatat kenaikan *fee* 11,0%

**Datuk Abdul Farid Alias**

Presiden Komisaris Maybank Indonesia

“Pandemi telah memperkuat komitmen kita untuk mempercepat rencana transformasi digital sehingga kita dapat melayani nasabah secara berkelanjutan dengan biaya hemat, termasuk upaya untuk senantiasa memastikan pengelolaan biaya dan likuiditas yang efektif.”

**Bpk. Taswin Zakaria**

Presiden Direktur Maybank Indonesia

“Situasi yang menantang ini mendorong kita menjadi lebih kreatif dalam melakukan komunikasi dengan para nasabah melalui teknologi. Kita telah mengambil langkah proaktif untuk mengantisipasi dampak lebih lanjut terhadap portofolio Bank atas pandemi global yang terjadi.”

yang berasal dari *Global Market*, *Bancassurance* dan *Wealth Management*, serta biaya transaksi *e-channel*.

Pendapatan dari *fee Global Market* naik tajam 116,1% menjadi Rp374,6 miliar pada Juni 2020, sementara pendapatan dari *Bancassurance* dan *Wealth Management* serta investasi terus mencatat pertumbuhan dengan kenaikan 29,3% (menjadi Rp122,6 miliar) dari Rp94,8 miliar periode sama tahun sebelumnya.

Profil pendanaan Bank terus menguat tercermin dari peningkatan rasio CASA dari 33,1% pada Juni 2019 menjadi 40,0% pada Juni 2020, dimana tabungan meningkat sebesar 9,9%. Peningkatan CASA merupakan hasil penerapan strategi Bank untuk mengurangi pendanaan berbiaya tinggi melalui penyediaan layanan *cash management* berbasis perbankan digital di mana nasabah-nasabah korporasi mulai beralih menggunakannya. Selain itu, Bank pun berfokus pada penyediaan solusi keuangan di tengah situasi saat ini.

“Pencapaian ini mencerminkan kemampuan Bank mengatasi kondisi pasar yang menantang dan mengubahnya menjadi peluang pada layanan perbankan digital serta tetap menjaga pertumbuhan yang baik,” kata Presiden Direktur Maybank Indonesia Bpk. Taswin Zakaria.

Maybank Indonesia kini memang terus menggaungkan layanan perbankan digital M2U di tengah kondisi pasar yang penuh gejolak. Terlebih, Pemerintah juga telah menerapkan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mengadag laju penyebaran virus sehingga penggunaan layanan *mobile app* tersebut kini populer digunakan oleh nasabah.

Hal ini pun terlihat sepanjang kuartal I/2020, tatkala transaksi keuangan melalui M2U naik 136%, menjadi 4,5 juta transaksi pada semester I/2020. Adapun pembukaan rekening tabungan/deposito melalui aplikasi M2U tercatat sebanyak 34.000 dan lebih dari 45.000 transaksi pembukaan rekening baru melalui aplikasi ini.

Sementara rasio kredit terhadap simpanan (*Loan to Deposit Ratio*/

LDR Bank) berada pada tingkat sehat yaitu sebesar 94,2% dan rasio cakupan likuiditas (*Liquidity Coverage Ratio*/LCR Bank) berada pada posisi 152,4% per Juni 2020, jauh melampaui kewajiban minimum sebesar 100%.

Margin bunga bersih (NIM) naik menjadi sebesar 5,0% per Juni 2020 atau lebih tinggi 18 basis poin dibanding periode sama tahun lalu yang sebesar 4,8%. Hal ini didukung penurunan biaya dana sebagai hasil dari kedisiplinan dalam penentuan harga (*disciplined pricing*) dan pengelolaan pendanaan yang lebih baik.

Biaya *overhead* terkelola dengan efektif yang tercermin dari penurunan biaya sebesar 4,6% menjadi Rp3,0 triliun per Juni 2020 melalui penerapan inisiatif pengelolaan biaya secara berkelanjutan di seluruh lini bisnis dan unit pendukung yang disertai dengan pengurangan biaya umum dan administrasi sehubungan adanya pengaturan bekerja dari rumah selama pandemi.

Sejalan dengan kondisi pasar saat ini, saat industri menghadapi perlambatan dalam pertumbuhan kredit, total kredit Bank turun 14,6% menjadi Rp115,7 triliun

Kita tetap waspada terhadap prospek ekonomi jangka menengah mengingat situasi global pandemi Covid-19. Kita akan terus mengejar peluang pertumbuhan secara selektif dan bertanggung jawab dengan tetap menjaga portofolio yang sehat serta melindungi kesejahteraan dan keselamatan karyawan dan nasabah kita.

Datuk Abdul Farid Alias

seiring sikap konservatif Bank yang menyelaraskan pertumbuhan portofolio dengan postur risiko.

Menurut Presiden Komisaris Maybank Indonesia Datuk Abdul Farid Alias, Bank memang tetap terus menunjukkan kewaspadaan terhadap gejala perekonomian global dan nasional, kendati hasil positif telah dibukukan pada semester I/2020.

"Kita tetap waspada terhadap prospek ekonomi jangka menengah mengingat situasi global pandemi Covid-19. Kita akan terus mengejar peluang pertumbuhan secara selektif dan bertanggung jawab dengan tetap menjaga portofolio yang sehat serta melindungi kesejahteraan dan keselamatan karyawan dan nasabah kita," kata Datuk Farid.

Pada Juni 2020, meskipun kredit Perbankan Global turun 5,4% menjadi Rp35,8 triliun, kredit ini berhasil tumbuh sebesar 1,4% dibandingkan kuartal sebelumnya didukung oleh segmen Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Sementara, kredit *Non-Ritel Community Financial Services* (CFS) turun 22,3% menjadi Rp42,4 triliun karena Bank menerapkan strategi untuk membatasi risiko (*de-risking*) bagi Bisnis Perbankan untuk mengatur kembali portofolio yang tidak sesuai dengan tingkat risiko (*risk appetite*) Bank. Pinjaman Ritel CFS turun 12,9% menjadi Rp37,5 triliun

yang disebabkan oleh penurunan daya beli masyarakat di tengah masa yang menantang ini.

Tingkat *non-performing loan* (NPL) Bank sebesar 5,0% (*gross*) dan 2,9% (*net*) pada Juni 2020 dibandingkan dengan 3,1% (*gross*) dan 1,7% (*net*) pada Juni 2019. Hal ini disebabkan oleh menurunnya saldo kredit pada Juni 2020 dan penerapan standar akuntansi baru PSAK 71 atau IFRS 9 secara penuh efektif mulai Januari 2020, serta dampak situasi pandemi yang mempengaruhi beberapa nasabah. Bank terus menempuh langkah proaktif untuk membantu nasabah menghadapi tantangan dan berfokus pada restrukturisasi kredit untuk menjaga kualitas aset.

Posisi modal Bank tetap kuat dengan Rasio Kecukupan Modal (CAR) sebesar 22,1% pada Juni 2020 dibandingkan dengan 19,1% pada periode yang sama tahun lalu dan total modal Rp26,4 triliun pada Juni 2020 dibandingkan Rp26,2 triliun pada Juni 2019.

Tak berbeda dengan Maybank Indonesia, Maybank Unit Usaha Syariah juga membukukan peningkatan laba sebelum pajak perbankan syariah sebesar 16,4% menjadi Rp175,2 miliar. Hal ini didorong oleh fokus berkelanjutan dalam membangun basis pendanaan yang efisien dengan mengarah pada pengurangan simpanan berbiaya tinggi. Sejalan dengan strategi tersebut, total simpanan nasabah berbiaya tinggi mencatat penurunan 10,0% sementara tabungan tumbuh hampir 40%, dimana meningkatkan rasio CASA dari 20,8% menjadi 25,5%. Total simpanan nasabah adalah Rp24,4 triliun pada Juni 2020.

Total pembiayaan perbankan Maybank Unit Usaha Syariah saat ini termasuk produk pembiayaan Kafalah mulai menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan di tahun 2020. Total pembiayaan perbankan Syariah (termasuk portofolio Kafalah) naik 2,9% menjadi Rp25,4 triliun per Juni 2020. Total aset Perbankan Syariah pada Juni 2020 lebih rendah 10,4% menjadi Rp30,2 triliun

dibandingkan dengan tahun sebelumnya disebabkan oleh pengurangan aset terkait *treasury*.

Perbankan Syariah terus memperkuat proposisi dan memperlihatkan keunggulan kapabilitas di pasar melalui produk yang inovatif seperti fitur *hedging* baru untuk nasabah korporasi dan komersial serta perlindungan asuransi jiwa dengan prinsip Syariah bagi pemegang rekening tabungan MyArafah.

Pun, anak usaha seperti Maybank Finance yang mencatat peningkatan laba sebelum pajak sebesar 8,1% menjadi Rp247,4 miliar pada semester I/2020 meskipun terjadi penurunan total pembiayaan 7,9% selama periode enam bulan pertama tahun ini. Maybank Finance tetap fokus untuk memastikan pengelolaan aset yang baik dengan tingkat NPL sebesar 0,8% (*gross*) dan 0,4% (*net*) per Juni 2020 dibandingkan dengan 0,3% (*gross*) dan 0,2% (*net*) pada periode yang sama tahun lalu.

Sementara WOM Finance mencatat penurunan laba sebelum pajak sebesar Rp72,9 miliar pada Juni 2020. Hal ini dipicu melemahnya daya beli masyarakat sebagai dampak wabah saat ini. Total pembiayaan konsumen WOM (WOM saja) turun 17,3% menjadi Rp6,1 triliun pada Juni 2020 dari Rp7,3 triliun pada tahun sebelumnya.

WOM juga menerapkan kriteria yang lebih ketat atas tingkat risiko yang dapat diterima mengingat situasi saat ini. NPL *gross* WOM meningkat dari 3,0% pada Juni 2019 menjadi 5,6% pada Juni 2020 dan NPL *net* meningkat dari 0,8% menjadi 2,6%. Sejalan dengan program pemerintah untuk mengurangi dampak pandemi global, WOM telah melakukan restrukturisasi pinjaman untuk lebih dari 54.000 rekening yang berjumlah Rp845 miliar.



1 & 2. Bpk. Taswin Zakaria dalam wawancara CNBC Indonesia menjabarkan strategi Bank dalam masa pandemi.



Wawancara CNBC Indonesia

EXCLUSIVE

Bersikap Hati-Hati Hadapi Pandemi



Pandemi Covid-19 yang menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia, telah memberi pengaruh buruk terhadap kondisi perekonomian. Menyadari hal itu, Maybank Indonesia memutuskan untuk bersikap hati-hati dengan mempertebal pencadangan kerugian penurunan nilai (CKPN) kredit.

Hal itu disampaikan Presiden Direktur Maybank Indonesia Bpk. Taswin Zakaria dalam wawancara di Squawk Box CNBC Indonesia pada Kamis (18/6)

"Kita tidak berani untuk tidak mencadangkan sama sekali. Bagaimana pun, kita harus mengambil langkah konservatif," kata Bpk. Taswin.

Menurut beliau, pandemi yang menyebar ke antero dunia belum dapat dipastikan kapan akan berakhir. Apalagi hingga kini, World Health Organization (WHO) dan otoritas kesehatan negara-negara di dunia belum juga menemukan vaksin yang dapat menangkai laju penyebaran virus.

"Kondisi saat ini belum tentu akan berubah cepat. Belum tentu berubah signifikan di tahun depan sehingga sangat bijaksana jika kita tetap mengambil pencadangan

yang *reasonable*," lanjut beliau.

Bpk. Taswin menyadari langkah ini bakal menekan kinerja keuangan Bank. Tekanan pertama datang dari pencadangan yang naik dan tekanan kedua hadir dari pendapatan yang turun akibat restrukturisasi kredit.

"Sehingga, profitabilitas Bank akan sangat sulit," ujar Bpk. Taswin.

Merujuk data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai restrukturisasi kredit bank akibat pandemi telah mencapai Rp157 triliun per 26 Mei 2020. Meski secara nominal tergolong besar, namun Bpk. Taswin menilai perbankan Indonesia masih cukup kuat menghadapi pandemi.

Beliau merujuk besaran aset perbankan Indonesia yang berada di kisaran Rp5.000 triliun. Belum lagi rasio kecukupan modal tebal, di kisaran 20 persen.

"Kita pikir, kondisi itu tidak banyak ditemukan di negara lain, dengan kecukupan modal yang baik. Ditambah pengalaman manajemen risiko baik yang terbentuk dari pengalaman krisis," kata beliau.

"Kondisi saat ini belum tentu akan berubah cepat. Belum tentu berubah signifikan di tahun depan sehingga sangat bijaksana jika kita tetap mengambil pencadangan yang reasonable,"

Bpk. Taswin Zakaria

Terkait *outlook* ekonomi di semester kedua, beliau menilai masih belum terlalu baik. Kendati begitu, pelonggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dinilai akan kembali menggerakkan perekonomian.

"Sedikit banyak akan menggerakkan kegiatan masyarakat sehingga para pelaku pasar dan UMKM akan lebih leluasa melakukan kegiatan ekonomi," pungkas Bpk. Taswin.

Maybank Islamic Sabet Prestasi Taraf Global



Dato Mohammed Rafique Merican
CEO Maybank Islamic

"Pengakuan ini akan memicu kita untuk bekerja lebih keras dalam meningkatkan servis kepada nasabah dan kontribusi kepada komunitas dan industri perbankan syariah."

Maybank Islamic seakan tak berhenti menunjukkan prestasi dalam industri perbankan syariah di Malaysia dan global.

Terbaru, dalam *The Banker Awards Global Islamic Bank of The Year 2020* yang digelar majalah ekonomi *The Banker* yang berbasis di London, Inggris, Maybank Islamic menyabet tiga penghargaan

sebagai pemenang *Bank of The Year Awards 2020* untuk kategori Malaysia, Asia Pasifik, dan Global.

Untuk penghargaan *Bank of The Year Awards* kategori Malaysia, penghargaan ini menjadi yang kedua setelah 2015. Secara keseluruhan, Maybank Islamic telah empat kali menyabet anugerah sebagai institusi syariah terbaik di Negeri Jiran.

Mengomentari penghargaan ini, CEO Maybank Islamic Dato Mohammed Rafique Merican mengaku sangat tersanjung. Beliau pun menyebut penghargaan ini tidak akan didapat tanpa dukungan, komitmen, dan kapasitas Maybank Group.

"Kita juga menyampaikan rasa syukur dan apresiasi kepada nasabah dan *stakeholders* atas dukungan tiada henti untuk menjadikan Maybank Islamic sebagai pemain utama dalam industri perbankan syariah," ujar Dato Rafique.

Dalam keterangan resmi yang dirilis *The Banker*, para juri menilai Maybank Islamic telah menunjukkan perkembangan impresif sebagai salah satu institusi finansial syariah terkemuka di dunia dibanding institusi perbankan lain di Malaysia dan Timur Tengah.

The Banker
ISLAMIC ★
Bank of the Year
AWARDS
2020
WINNER
GLOBAL

"Juri sangat terkesan dengan komitmen Bank untuk keberlanjutan, evolusi perbankan digital yang ditawarkan, dan pembukaan cabang pertama di Uni Emirat Arab," demikian pernyataan juri, dilansir dari *The Banker*.

Maybank Islamic memang serius dalam mengembangkan perbankan digital, antara lain, dengan menawarkan fitur *e-wallet* Maybank Anytime Everyone (MAE) yang diluncurkan pada Maret 2020. Fitur ini merupakan pengembangan Maybank2U yang dirilis setahun sebelumnya dan telah berkembang pesat dengan lebih dari satu juta pengguna (75 persen di bawah 35 tahun).

Penghargaan *The Banker Awards Global Islamic Bank of The Year* merupakan anugerah tahunan yang diberikan majalah bulanan *The Banker* yang merupakan bagian dari media ekonomi terkemuka *The Financial Times Ltd.* berbasis di London.

The Bankers dikenal luas dan berpengaruh di industri perbankan, institusi finansial, bank sentral, perusahaan multinasional, dan kementerian keuangan dunia dengan 60 persen pembaca adalah Chief Executive Officers/President dan Chief Financial Officers/Treasurers.



Maybank Group Terus Perkuat Likuiditas dan Ketahanan Modal

◀ President & CEO Maybank Group Datuk Abdul Farid Alias (kiri) dan Chairman Maybank Group Datuk Mohaiyani Shamsudin (kanan) dalam *Annual General Meeting Maybank Group*.



Datuk Mohaiyani Shamsudin
Chairman Maybank Group

"Meski pasar berubah signifikan dan mengalami disrupsi akibat penyebaran Covid-19, namun Maybank Group tetap adaptif."

Penyebaran wabah Covid-19 di seluruh dunia telah mengakibatkan ketidakpastian dan gejala ekonomi. Menyadari ihwal tersebut, Maybank Group sebagai bank terbesar di Malaysia dari segi aset terus melanjutkan

fokus dalam penguatan likuiditas dan ketahanan modal.

Hal itu disampaikan Chairman Maybank Group Datuk Mohaiyani Shamsudin dalam *Maybank's 60th Annual General Meeting* di Kuala Lumpur, Malaysia, pada Jumat (26/6).

"Namun Maybank Group juga tetap adaptif dengan situasi, sebagai wujud kehati-hatian yang telah kita ambil selama bertahun-tahun terakhir untuk membangun struktur yang solid dalam modal dan likuiditas. Sementara di sisi lain, kita tetap menjaga keseimbangan antara pertumbuhan dan keuntungan," kata Datuk Mohaiyani.

Sejak 2015, modal dan likuiditas Maybank Group memang terus-menerus lebih tinggi ketimbang ketentuan yang ditetapkan otoritas finansial Malaysia.

Pada Maret 2020, rasio *Common Equity Tier 1* Maybank Group menguat 14,79 persen. Total rasio modal berada di angka 18,5 persen, yang membuat Maybank Group menjadi salah satu bank yang dengan permodalan terbaik di regional.

Adapun *Liquidity Coverage Ratio* Maybank Group dalam kondisi sehat, dengan 138,2 persen (di atas ketentuan yang

ditetapkan regulator yakni 100 persen).

Serupa dengan pernyataan Datuk Mohaiyani Shamsudin, Presiden & CEO Maybank Group Datuk Abdul Farid Alias menambahkan, kebijakan melanjutkan fokus dalam penguatan likuiditas dan ketahanan modal ini memang diperlukan di tengah situasi pandemi yang membuat kondisi ekonomi berubah dengan cepat.

"Sangat penting bagi kita untuk memastikan keberlanjutan seluruh ekosistem. Langkah ini semestinya menjadi tanggung jawab utama kita semua," ujar Datuk Farid.

Pada kuartal I/2020, Maybank Group pun mencatat kinerja positif dengan membukukan laba bersih senilai RM2,05 miliar, atau naik 13,3 persen dibanding tiga bulan pertama 2020.

Sementara pendapatan operasional bersih perusahaan pada kuartal I/2020 tercatat sebesar RM6,72 miliar, yang didukung oleh pertumbuhan *community financial service* dan *global banking*. Pendapatan berbasis *fee* bersih Maybank Group pun tumbuh 53,2 persen secara tahunan, sejalan dengan perolehan keuntungan dari investasi dan *trading* serta revaluasi derivatif dan liabilitas keuangan yang lebih tinggi.

Kerja Sama Maybank Indonesia dan AP II

Komitmen Bersama Membangun Negeri

Pertemuan di awal Juni itu tak ubahnya menjadi momen silturahmi berkesan antara Maybank Indonesia dan PT Angkasa Pura II (Persero). Tepat pada Rabu (3/6), Bank dan operator bandar udara wilayah Indonesia bagian barat tersebut menandatangani kerja sama pembiayaan modal kerja syariah musyarakah Line iB senilai Rp500 miliar dengan jangka waktu satu tahun.

Modal itu akan digunakan PT Angkasa Pura II yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menunjang kegiatan operasional di masa pandemi.

Selain pembiayaan modal kerja syariah musyarakah Line iB, penandatanganan kerja sama ini juga menyepakati fasilitas lain lewat skema skema konvensional berupa *Term Loan I* senilai Rp1,5 triliun dan *Term Loan II* senilai Rp3 triliun.

Bagi Maybank Indonesia, kerja sama ini sekaligus menegaskan komitmen Bank untuk senantiasa mendukung Pemerintah Indonesia (khususnya BUMN) agar bersama-sama dapat melalui kondisi perekonomian yang sulit akibat pandemi COVID-19.

Penandatanganan kerja sama digelar di kantor pusat Maybank Indonesia di gedung Sentral Senayan III Jakarta Pusat. Bank diwakili Head, Local Corporate & Multinationals/Pjs Head, Publik Sector Bpk. Hendarman Tedja. Hadir pula Direktur Global Banking Maybank

Indonesia Bpk. Ricky Antariksa sebagai saksi penandatanganan kerja sama.

Adapun PT Angkasa Pura diwakili Direktur Keuangan Bpk. Wiweko Probojakti.

Dimulai sekitar pukul 16.00 WIB, pertemuan yang digelar dengan standar kesehatan ketat yang diamanatkan Pemerintah guna menangkai penyebaran Covid-19 tersebut berlangsung selama sekitar satu jam dalam suasana santai. Baik Bpk. Ricky Antariksa maupun Bpk. Hendarman Tedja terlihat kerap berbincang akrab dengan tim PT Angkasa Pura, sembari menyempatkan kopi dan beragam kudapan.

Kehangatan seperti ini memang bukan perihai baru di antara dua perusahaan mengingat Maybank Indonesia dan PT Angkasa Pura II sudah pernah beberapa kali bekerja sama.

Pada Oktober 2018, Bank dan PT Angkasa Pura menyepakati fasilitas pinjaman berjangka sepuluh tahun dengan total Rp3 triliun. Kala itu, penandatanganan kerja sama berlangsung di kantor PT Angkasa Pura II di kompleks Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, Tangerang, Banten.

Empat tahun sebelumnya, Bank juga menyepakati fasilitas pinjaman berjangka sebesar Rp1,5 triliun kepada PT Angkasa Pura II untuk keperluan pengembangan bandar udara yang mereka kelola.

Serupa dengan kemitraan tahun ini, dua kerja sama sebelumnya juga bertujuan membantu *top tier* korporasi lokal dan BUMN agar dapat memberikan kontribusi positif dalam menggerakkan perekonomian nasional.



1. Bpk. Ricky Antariksa bertukar cendera mata dengan perwakilan Angkasa Pura II. 2. Suasana penandatanganan kerja sama Maybank Indonesia dengan Angkasa Pura II.

Pengundian *Grand Prize Co-Branding* Maybank Finance

Wujud Dedikasi untuk Nasabah Setia

Digelar dengan mengikuti protokol kesehatan yang diamanatkan Pemerintah untuk menahan penyebaran Covid-19 di Tanah Air, Maybank Indonesia kembali menggelar pengundian program *Co-Branding* Maybank Finance periode Desember 2019 hingga Mei 2020 pada Rabu (24/6).

Pengundian digelar di kantor pusat Bank di gedung Sentral Senayan III dengan kewajiban menjaga jarak (*physical/social distancing*), menggunakan *hand sanitizer*, dan mengenakan masker.

Sebagai siasat menghindari penumpukan massa dan transparansi, Bank pun menyiarkan pengundian secara langsung lewat laman www.maybank.co.id agar dapat disaksikan khalayak ramai.

Pengundian dilakukan Direktur Community Financial Services Maybank Indonesia Bpk. Steffano Ridwan, didampingi Presiden Direktur Maybank Finance Bpk. Alexander, jajaran manajemen Maybank Indonesia dan Maybank Finance, serta disaksikan perwakilan Kementerian Sosial Republik Indonesia, Pemerintah Daerah DKI Jakarta, Polri, dan notaris.

Berdasarkan hasil pengundian, *grand prize* berupa satu unit mobil Wuling Almaz dimenangkan oleh Stefanus Hadi Susanto yang merupakan nasabah

Maybank Indonesia kantor cabang induk (KCI) Pekalongan. Sementara hadiah tiga batang emas logam mulia masing-masing 10 gram diraih oleh Astrid Suryapranata yang merupakan nasabah Maybank Indonesia kantor cabang pembantu (KCP) Plaza Senayan, Dicky Aligheri Wartono nasabah KCI Ekajiwa, dan John Chendra nasabah KCI Makassar.

Menurut Direktur Community Financial Services Maybank Indonesia Bpk. Steffano Ridwan, program *Co-Branding* Maybank Finance ini merupakan wujud dedikasi bagi nasabah setia Maybank Finance sekaligus upaya meningkatkan *customer base* Maybank Indonesia.

“Hal ini juga merupakan sinergi Maybank Indonesia dengan anak usaha yang bergerak di bidang pembiayaan roda empat, Maybank Finance,” kata Bpk. Steffano Ridwan.

Program *Co-Branding* Maybank Finance adalah program khusus yang ditujukan bagi nasabah yang melakukan pembelian

kendaraan melalui fasilitas pinjaman di Maybank Finance dan membuka rekening Tabungan *Co-Branding* Maybank Finance yang dimulai sejak bulan Mei 2017. Program undian telah digelar sebanyak enam kali dengan total pemenang sebanyak 20 orang dari berbagai kota di Indonesia.

Sebagai salah satu anak usaha Maybank Indonesia yang berfokus pada pembiayaan kendaraan roda empat, Maybank Finance terus berkembang seiring waktu, antara lain, dengan catatan kenaikan total pembiayaan sebesar 1,54 persen menjadi Rp7,2 triliun pada Desember 2019 dari sebelumnya Rp7,1 triliun pada Desember 2018.

Hingga kini, Maybank Finance telah memiliki 34 kantor cabang dan sembilan kantor perwakilan yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia serta menjalin kemitraan strategis dengan *dealer* resmi mobil-mobil Tanah Air.



1. Kemeriahan acara pengundian *Grand Prize Co-Branding* Maybank Finance.
2. Bpk. Steffano Ridwan memberikan *opening speech* menjelang pengundian.

Jauhkan Anak dari Stres di Kala Pandemi



▲ 1. Psikolog Ibu Elizabeth T. Santosa. 2. Head, Liabilities Business Maybank Indonesia Ibu Susi Yuliendra

Berlarutnya penyebaran wabah Covid-19 telah memengaruhi banyak hal di kehidupan kita. Tak hanya perekonomian, pandemi ini bahkan turut memberi dampak buruk bagi psikologi anak. Hal itu dipaparkan psikolog anak Ibu Elizabeth T. Santosa dalam webinar bertajuk *Stress Away During Pandemic Covid-19 for Your Kids* yang digelar Maybank Indonesia pada Sabtu (20/6).

"Anak-anak tidak bisa sekolah, enggak bisa bertemu teman-teman untuk beberapa bulan. Itu sangat bisa berujung depresi jika tidak kita tangani dengan baik," kata Ibu Elizabeth.

Belum lagi, terang beliau, tugas sekolah yang menumpuk yang kerap menghabiskan waktu, namun di sisi lain anak-anak kekurangan mobilitas dan interaksi. Ditambah momen akhir pelajaran sekolah yang biasanya diisi liburan, tapi mereka tidak bisa keluar rumah.

"Akibatnya, anak-anak menjadi cepat marah. Konsentrasi mereka berkurang. Mereka yang biasanya mandiri, sekarang menjadi jarang mandi, malas, dan punya motivasi rendah," lanjut beliau.

Maka sebagai orang tua, tambah Ibu Elizabeth, kita harus dapat menjaga situasi rumah menyenangkan agar anak tidak menjadi stres.

"Jadi, kita (orang tua) yang punya pengaruh dominan harus *happy* terlebih dahulu. Dengan begitu, anak bisa menjadi lebih *happy*," kata Ibu Elizabeth yang juga

menulis buku *Raising Children in Digital Era*.

Lantas, apa yang bisa kita lakukan agar anak-anak dijauhkan dari depresi di kala pandemi saat ini? Ibu Elizabeth menjabarkan sejumlah trik yang dapat Maybankers ikuti di rumah.

Pertama, kita harus tetap melatih kognitif anak-anak setiap hari. Hal ini dapat dilakukan dengan mencoba kegiatan dan permainan ringan nan menyenangkan seperti *puzzle* atau membaca buku. Maybankers dapat melakukannya di pagi hari, setelah anak-anak mandi.

Hal kedua, kita juga harus selalu melatih fisik dan kebugaran anak-anak. Perihal ini diperlukan karena anak-anak akan lebih banyak berdiam diri dan ngemil dalam kondisi saat ini.

"Untuk kegiatan fisik itu, kita bisa membeli *disco ball* dan berlatih bersama di rumah," kata Ibu Elizabeth.

Ketiga, kita harus pula melatih perilaku sosial anak-anak karena sepanjang pandemi mereka tidak bisa berinteraksi dengan sejawat di sekolah. Simulasi bersosialisasi ini penting dilakukan agar anak-anak tidak kagok saat kembali ke sekolah dan bertemu teman-temannya.

Keempat, kita pun harus selalu mendekatkan diri secara emosional. Sikap ini dapat kita tunjukkan dengan melakukan sentuhan-sentuhan ringan seperti membelai, memeluk, mengusap, dan berbicara hati ke hati dengan mereka. Ihlwal ini menjadi salah satu elemen penting pula karena dengan kedekatan emosional, kita dapat mengetahui perubahan psikologis anak-anak.

Selain diisi pemaparan Ibu Elizabeth,

webinar ini juga disisipi penjelasan Head, Liabilities Business Maybank Indonesia Ibu Susi Yuliendra yang menjelaskan perihal pentingnya rencana pendidikan anak di masa depan dan sejumlah program tabungan rencana yang dimiliki Maybank Indonesia.

Maybank Indonesia sendiri, terang Ibu Susi memiliki kepedulian terhadap masalah tersebut sehingga meluncurkan sejumlah program terkait, seperti Tabungan EduPlan untuk masa depan pendidikan anak.

"Kita bisa mendapatkan *benefit* yang luar biasa seperti gratis perlindungan asuransi tanpa perlu membayar premi, suku bunga yang kompetitif (5,0 persen per annum), dan kemudahan transaksi," kata Ibu Susi.

Untuk mengikuti program ini, lanjut Ibu Susi, kita cukup membuka rekening via M2U ID App/Maybank2U dan menabung rutin mulai dari Rp 100 ribu per bulan dengan periode tabungan fleksibel mulai 1-18 tahun.

Selain menjabarkan tentang EduPlan, Ibu Susi juga memaparkan Tabungan MyPlan yang merupakan program Maybank Indonesia untuk kita yang berkeinginan memiliki rumah sendiri.

Untuk mengikuti program ini, kita cukup mengisi formulir pembukaan rekening, menyertakan bukti identitas yang masih berlaku (KTP atau paspor), harus berusia 17-55 tahun dengan maksimal usia saat jatuh tempo 60 tahun, dan memiliki rekening Maybank Tabungan sebagai rekening sumber dan dalam mata uang yang sama dengan rekening MyPlan.

Hebatnya, semua tahapan tadi dapat kita lakukan dengan hanya melalui M2U ID App atau Maybank2U.

Growth Mindset, Kunci Berkarya Tanpa Batas

Momen pertemuan dengan sahabat Sekolah Menengah Atas (SMA) tersebut masih membekas di benak Raditya Dika. Kala itu, meski telah menerbitkan sejumlah buku, keraguan akan masa depan Raditya sebagai penulis masih jua dipertanyakan.

"Jadi penulis itu enggak enak ya? Kan enggak ada jabatan manajer penulis atau direktur penulis," ujar sang teman.

"Enggak seperti *gue* yang bisa jadi manajer *sales* atau direktur *sales*."

Pernyataan itu membuat Dika merenung sesampai di rumah, hingga akhirnya ia peroleh jawaban bahwa karir tak selamanya tumbuh ke atas seperti jalur hidup sang teman, tapi bisa juga melebar ke samping.

Maka berangkat dari menulis buku, ia kemudian meluaskan karir menjadi penulis skenario film, menjadi sutradara, dan *stand-up* comedian.

"Yang kita butuhkan itu adalah *growth mindset*. Setelah ini, kita bisa melakukan apa lagi?" kata Raditya Dika dalam webinar berjudul Berkarya Tanpa Batas pada Kamis (18/6).

Growth mindset itu pula, terang Raditya Dika, yang akan membuat kita terus berkarya dan produktif dalam kondisi apapun. Ia mencontohkan ide menggelar kontes *stand-up comedy* via Youtube yang digelar beberapa waktu lalu yang sejatinya berasal dari ketakutannya untuk keluar rumah selama pandemi. Kendati sederhana, gagasannya itu belakangan justru berhasil menjadi salah satu video populer di dunia maya.

"Justru kalau dikasih kotak, kita harus berpikir keras. Apa yang bisa kita eksekusi di dalam kotak tersebut," kata Dika, memberi analogi.

Untuk dapat memiliki *growth mindset* tersebut, ditambahkan Dika, kita pun harus terbuka untuk menerima beragam ilmu (termasuk ilmu-ilmu di luar pekerjaan rutin). Raditya Dika menceritakan perjalanan karirnya menjadi seorang *stand-up comedian* yang justru banyak menyerap beragam ilmu di luar industri komedi, salah satunya dari penyanyi jazz terkait cara bergerak dan bernyanyi di atas panggung.

"Ilmu itu bisa diberi konteks ke pekerjaan kita," lanjutnya.

Selain terbuka menerima beragam pengetahuan, terang Dika, kita pun harus berani memulai sesuatu yang baru dan berfokus untuk mengembangkan apa yang bisa dilakukan alih-alih menghabiskan waktu untuk berpikir tentang apa yang tidak bisa dikerjakan.

Ia kembali mencontohkan awal karirnya menjadi sutradara, tapi harus bekerja sama dengan anggota tim berpengalaman bekerja dengan sutradara kenamaan serta terbiasa memproduksi film-film populer nasional. Ia pun terus belajar dan mengembangkan diri hingga akhirnya kini telah sukses memproduksi sebelas film.

"Jadi intinya, kita harus berani melakukan sesuatu. Karena banyak sekali yang tidak berani memulai. Kita tidak pernah tahu pintu apa yang akan terbuka kalau kita berani," pungkas Raditya.

Webinar berlangsung selama sekitar satu jam dalam suasana santai dan penuh tawa. Beberapa Maybankers pun berkesempatan melontarkan pertanyaan kepada Raditya Dika di akhir acara.

Salah seorang Maybankers yang berkesempatan mengobrol yakni Lukman

Irvandi Ferizal

Resi Matius

Audynita Larasati

1

2

1. Direktur Human Capital Bpk. Irvandi Ferizal dan sejumlah Maybankers dalam webinar Berkarya Tanpa Batas bersama Raditya Dika. 2. Raditya Dika menjabarkan pentingnya *growth mindset* sebagai kunci untuk terus berkembang.

Hakim, yang menanyakan seputar berupaya menjadi berbeda tapi tidak disebut gila dan serta menerabas norma sosial.

Menjawab hal tersebut, Raditya Dika mencontohkan proses kreatifnya kala membuat konten Youtube yang terlebih dahulu selalu membayangkan siapa yang akan mengonsumsi karya dan apakah mereka akan nyaman dengan buah karya tersebut.

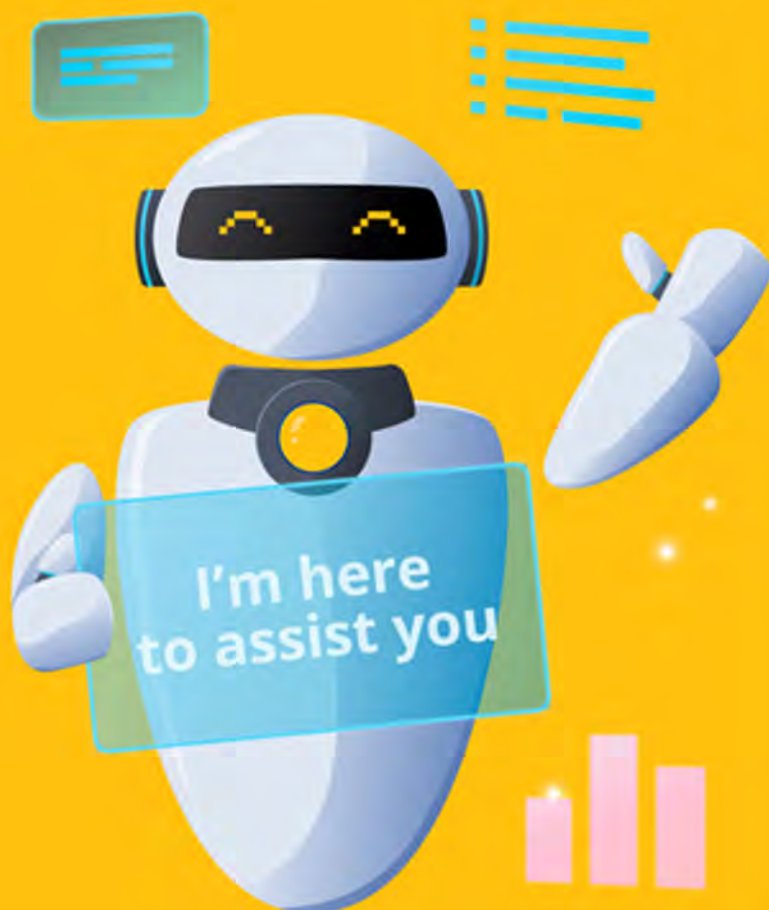
"Jadi, masing-masing kita punya filter sendiri. Ada yang terserah, bodo amat, tapi risiko tanggung sendiri," pungkas Raditya.

"Kalau bagi *gue*, selalu punya bayangan siapa yang akan menonton. Kalau terpaksa melanggar, ya harus berani bertanggung jawab terhadap apa yang sudah dibuat."

My *Virtual Assistant* bank

Robotic Process Automation (RPA) is here to assist you

Dengan *Robotic Process Automation (RPA)* **MyVirtual Assistant**, kalian dapat bekerja dengan efektif dan efisien sehingga meningkatkan produktivitas!



How *MyVirtual Assistant* works



Heavy Workload



*Processed by
MyAssistant*



*Increasing
Productivity*



Robotic Process Automation (RPA)

Bekerja Efektif dan Efisien dengan RPA

Bekerja di industri perbankan membutuhkan kecermatan tingkat tinggi. Kita dituntut selalu jeli dan teliti agar kepercayaan nasabah terhadap kinerja Bank tetap terjaga.

Menyadari hal tersebut, Maybank Indonesia menerapkan *Robotic Process Automation* (RPA) yang bertujuan untuk meningkatkan akurasi pelayanan. Dengan mengalihkan pekerjaan mendetail dan repetitif kepada kecerdasan buatan (robot), Bank berharap kesalahan-kesalahan dalam pekerjaan dapat diminimalkan.

Seperti disampaikan Direktur Operations Maybank Indonesia Bpk. Widya Permana atau lebih dikenal sebagai Bpk. Cheppy, intensitas dan rutinitas pekerjaan memang cenderung akan membuat kita menjadi kehilangan fokus sehingga potensi membuat kekeliruan saat bekerja pun membesar.

Maka, terang beliau, "Automasi proses ini menjanjikan tingkat kesalahan manusia menjadi lebih rendah dan pada saat sama operational risk menjadi lebih rendah."

Diperkenalkan pada Desember 2019, program ini tidak bertujuan untuk menggantikan peran manusia dalam pekerjaan di Maybank Indonesia. Melainkan, program diharapkan dapat membantu kinerja Maybankers dalam memperbaiki dan meningkatkan pelayanan Bank serta menghemat biaya operasional Bank.

Sebelum penerapan RPA, sejumlah Maybankers memang terpaksa harus mengantor pada akhir pekan untuk tetap memasukkan data dan membuat laporan transaksi nasabah secara manual. Namun seiring pemberlakuan RPA, beban itu dialihkan kepada kecerdasan buatan yang mampu mengakses, mengumpulkan, mengecek, dan memperbarui data secara otomatis.



Bpk. Widya Permana
Direktur Operations Maybank Indonesia

"Penerapan RPA membantu kita untuk bekerja lebih efektif, *doing the right things in right way*, efisien, dan mengurangi kesalahan dalam bekerja karena (RPA) memiliki akurasi tinggi."



Bpk. Michel Hamilton
Head, Strategic Planning & PMO
Maybank Indonesia

"Kita peduli, tidak ingin Maybankers menjadi robot. Jadi mari identifikasi proses di tempat masing-masing dan mendaftar untuk melakukan automasi RPA."

"Penerapan ini juga sejalan dengan misi kita, *Humanising Financial Services*, di mana kita tak hanya memikirkan *customer experience*, tapi juga *employee experience* khususnya terkait *work life balance*," lanjut Bpk. Cheppy.

Beliau pun berharap program ini terus berkembang dan dimanfaatkan oleh semua unit, direktorat, dan divisi Maybank Indonesia. Kita diminta mengevaluasi proses kerja sehari-hari di sekeliling kita lalu berdiskusi dengan RPA *Champ* masing-masing untuk mencari proses yang dapat diotomatisasi lewat RPA.

"Mari kita liat proses manual yang bisa diusulkan menjadi RPA, dalam rangka kita bertransformasi menjadi Bank yang lebih modern dan mengedepankan proses digitalisasi," terang beliau.

Seirama pernyataan Head, Strategic Planning & PMO Maybank Indonesia Bpk. Michel Hamilton yang mendorong Maybankers untuk segera berdiskusi dengan RPA *Champ* masing-masing dan melakukan pendaftaran untuk automasi pekerjaan.

"Karena RPA membantu teman-teman meningkatkan akurasi, produktivitas, dan efisiensi pekerjaan," ujar Bpk. Michel.

"Setelah ada RPA, kita dapat membuat laporan bahkan beberapa laporan secara otomatis dengan satu klik sehingga efektivitas sangat terbantu,"

Bpk. Murtori

Unit Fund Accounting Divisi SSO

Alur Penerapan RPA

1

IDENTIFIKASI

- Mengajukan formulir
- IT dan OSSD mengidentifikasi apakah RPA dapat diterapkan

2

ANALISA

- Pengaju memberikan detail tahapan dengan menyertakan tangkapan layar dan contoh prosesi/tahapan saat ini
- RPA *champion* akan mengevaluasi manfaat proses berdasarkan karakteristik

3

PRIORITAS

- Tim RPA mengecek kelayakan tahapan, apakah layak untuk diterapkan RPA
- Tim IT mengevaluasi kompleksitas proses dan tantangan otomasi secara mendetail
- Manfaat dan tantangan akan dinilai berdasarkan matriks prioritas

4

KEPUTUSAN

- Menelusuri segala daftar RPA dan menganalisa manfaat
- Memberikan persetujuan berdasarkan matriks prioritas

5

DESAIN DAN MEMBANGUN

- Pembangunan sistem mengikuti metodologi secara tangkas
- Prototipe harus dituntaskan maksimal dalam enam pekan
- Masalah yang ditemukan saat pemasangan harus diselesaikan tim RPA
- Untuk meningkatkan atau menambah sistem harus menyertakan form pengajuan

Domain Champions & Business Team



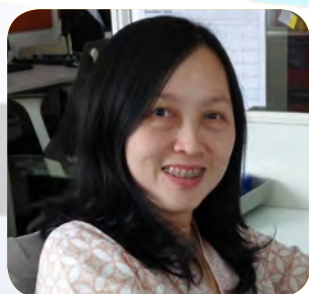
Aditia Supriheryantono
Community Distribution



Agus Rachmat H. Syariah



Evellyn Verity
Dir. Finance



Fanita Melianty
Dir. Operations



Indra Hidayatullah
Under Presdir



Reinhart Paian Tua
Dir. FCS



Hendrawan Nasroen
Dir. HC



Suryo Prasetya
Dir. Risk Management



Tenang Sitepu
Dir. Compliance



Yoto Miharja
SKAI



Giorgio Rivano
Dir. Finance



Sufen Triantio
Global Banking

"Paling signifikan saat mengunduh M2U, biasa membutuhkan 4-5 jam dengan enam users tapi sekarang sekali klik bisa melayani enam users sekaligus dan dapat ditinggal,"

Bpk. Wahyudi

Tax CIT & Dispute Divisi Finance & Accounting

Terkait penerapan program RPA, *custody settlement* dari Unit Fund Accounting Divisi SSO Bpk. Murtori mengaku sangat terbantu karena dapat meminimalkan kesalahan dan mengurangi beban saat bekerja.

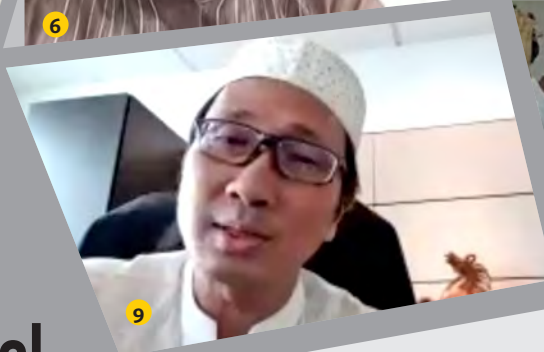
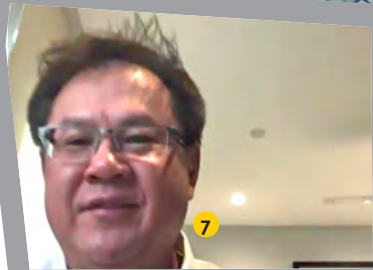
"Setelah ada RPA, kita dapat membuat laporan bahkan beberapa laporan secara otomatis dengan satu klik sehingga efektivitas sangat terbantu," ujar Bpk. Murtori.

Bpk. Murtori pun sejalan dengan pernyataan Bpk. Cheppy yang menyebut kehidupan dan pekerjaan menjadi lebih seimbang setelah penerapan RPA.

"Rekan-rekan biasanya lembur di akhir pekan, tapi kini bisa meluangkan waktu bersama keluarga di rumah," lanjutnya.

Pun, pernyataan Tax CIT & Dispute Divisi Finance & Accounting Bpk. Wahyudi yang mengatakan RPA telah sangat membantu karena mempersingkat durasi pekerjaan.

"Paling signifikan saat mengunduh M2U, biasa membutuhkan 4-5 jam dengan enam users tapi sekarang sekali klik bisa melayani enam users sekaligus dan dapat ditinggal," pungkas Bpk. Wahyudi.



Halalbihalal Maybank Indonesia

Saling Memaafkan dalam Halalbihalal Virtual

▲

1. Ibu Budhi Dyah Sitawati. 2. Bpk. Nasaruddin Umar. 3. Bpk. Achjar Iljas. 4, 5, 8, 11. Suasana kemeriahan halalbihalal virtual Maybank Indonesia. 6. Bpk. Irvandi Ferizal. 7. Datuk Lim Hong Tat. 9. Bpk. Widya Permana. 10. Bpk. Rasuanir.

Penyebaran wabah Covid-19 di Tanah Air tidak menyurutkan niat silaturahmi Idulfitri 1441 H keluarga besar Maybank Indonesia. Perihal itu tampak saat jajaran Dewan Komisaris, Dewan Direksi, dan Maybankers berkumpul secara virtual pada Jumat (5/6). Semua bertukar ucapan selamat Lebaran, doa, serta harapan baik bagi Indonesia dan Maybank Indonesia.

Halalbihalal *online* memang dilakukan Bank menyusul penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan instruksi *social/physical distancing* oleh Pemerintah. Kendati begitu, kebahagiaan tetap terlihat sepanjang acara.

Presiden Direktur Maybank Indonesia Bpk. Taswin Zakaria dalam *opening speech* menanggapi positif kegiatan halalbihalal virtual ini.

"Walaupun terpisah jarak, tapi dengan

teknologi yang canggih seperti ini kita tetap bisa terhubung secara baik. Kiranya lewat silaturahmi ini kita dapat saling memaafkan atas kekhilafan yang sengaja atau tidak disengaja," kata Bpk. Taswin

lhwat serupa disampaikan Presiden Komisaris Maybank Indonesia Datuk Abdul Farid Alias yang berharap kita semua dapat mengambil manfaat dari Idulfitri di tengah pandemi seperti tahun ini.

"Tak seperti biasanya, Lebaran kali ini kita tidak melakukan tradisi mudik, di Indonesia atau juga di Malaysia. Tapi itu demi kebaikan dan kesehatan keluarga tercinta di kampung halaman, karena *social/physical distancing* adalah kunci

utama menghindari penularan virus Covid-19," ujar beliau.

Digelar sekitar pukul 14.00 WIB, kegiatan dimulai dengan pembacaan ayat suci Alquran secara virtual, disusul penampilan pemenang *Maybank's Got Talent* 2018 Yosi Nur Arianto yang menyanyikan lagu Setiap Habis Ramadan dari band legendaris Bimbo.

Setelah itu, acara dilanjutkan dengan tausiah dari Imam Besar Masjid Istiqlal Jakarta Bpk. Nasaruddin Umar yang menyampaikan tentang berlipatnya ujian berpuasa bagi kita selaku umat Islam di tengah situasi pagebluk saat ini.

"Tidak gampang berpuasa Ramadan dalam



Bpk. Taswin Zakaria
Presiden Direktur Maybank Indonesia

"Hari ini istimewa bagi keluarga besar Maybank Indonesia sebagai bagian dari Maybank Group. Kita dapat mengadakan halalbihalal Idulfitri secara bersama-sama walau terpisah jarak. Tapi dengan teknologi yang canggih seperti ini kita tetap dapat terhubung secara baik."



Datuk Abdul Farid Alias
Presiden Komisaris Maybank Indonesia

"*Global pandemic* Covid-19 telah membuat kehidupan dan cara kerja kita berubah. Kita makin terbiasa dengan pola hidup *new normal*, dengan melakukan pekerjaan secara WFH (*work from home*), *split operation*, dan *meeting online* atau *live streaming* yang kita lakukan sekarang. Saya yakin rekan-rekan Maybankers tetap bisa menjalankan tugas dan tetap produktif dengan cara dan pola kerja baru ini."

era seperti ini. Karena itu, kita bermohon kepada Allah SWT, semoga Ramadan kali ini menjadi Ramadan yang istimewa bagi kita," ujar Bpk. Nasaruddin.

Seusai tausiah, halalbihalal dilanjutkan dengan ucapan Idulfitri dari Dewan Komisaris dan Dewan Direksi kepada Maybankers. Tak ketinggalan, Bank pun menggelar donasi terbuka agar kita dapat membantu sesama di tengah kondisi sulit seperti sekarang dengan memindai QR Code yang dimunculkan di layar gawai.

Inisiatif donasi terbuka sejatinya bukan kali ini saja dilakukan Bank. Dalam perayaan ulang tahun ke-61 yang juga digelar secara daring bulan lalu, Maybank Indonesia pun melakukan donasi terbuka dengan cara memindai QR Code yang beberapa kali ditayangkan di sepanjang kegiatan.

Secara umum, Bank telah melakukan beberapa kegiatan untuk membantu tenaga medis dan kelompok masyarakat terdampak sejak dua kasus positif Covid-19 pertama diumumkan Presiden Joko Widodo pada awal Maret lalu. Bank, misalnya, telah bekerja sama dengan Yayasan Anne Avantie untuk

memproduksi masker standar medis dan mendistribusikannya ke sejumlah rumah sakit di antero Indonesia.

Pun, Maybank Syariah sebagai bagian Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) yang menyumbangkan Alat Pelindung Diri (APD) bagi tenaga medis di wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten. Adapula kegiatan mandiri seperti donasi yang digelar Ikatan Keluarga Muslim (IKM) Maybank Indonesia ke sejumlah panti asuhan dan gerakan Cahaya Kasih Challenge.

Untuk memarakan halalbihalal, Bank menggelar lomba ucapan Idulfitri dengan konsep terunik yang diikuti sembilan regional Maybank Indonesia. Tiga pemenang diumumkan Direktur Human Capital Bpk. Irvandi Ferizal di akhir acara yaitu Regional Sumatera Utara, Regional Jakarta II, dan Regional Kalimantan.

Menggelar kegiatan secara virtual menyusul penerapan *split operation* dan *work from home* (WFH) memang menjadi perih normal bagi Maybankers sejak pandemi. Namun ditambahkan Bpk. Taswin, ihwal itu perlahan-lahan akan

dikurangi seiring pelanggaran PSBB oleh Pemerintah.

"Kemarin, Pemerintah sudah mengumumkan batasan maksimal 50 persen di satu lokasi. Memasuki bulan-bulan berikutnya, *work from office* pelan-pelan akan ditingkatkan sehingga mencapai 100 persen. Tapi tentu dengan memperhatikan perkembangan pandemi," lanjut Bpk. Taswin.

"Setiap karyawan yang terkena Covid-19 atau sedang kurang fit agar bisa menyampaikan izin kepada atasan untuk tetap tinggal di rumah. Itu penting untuk kebaikan kita bersama," pungkas beliau.

Global Banking Success Story

Bersama Membangun Kesuksesan Maybank Indonesia

Momen menjelang penandatanganan kesepakatan antara Maybank Indonesia dengan ekosistem usaha PT Ultra Mandiri Telekomunikasi (PT. UMT) yang merupakan anak usaha PT Pembangunan Perumahan (PT. PP) itu masih membekas di pikiran Head, Global Banking Trade Sales Maybank Indonesia Bpk. I Gede Widya Anantayoga.

Hari itu, kegigihan sangat terasa. Menjelang *closing*, salah seorang anggota timnya: Trade Sales PS (Public Sector), Manager Ibu Arky Soetopo Putri bahkan masih hilir mudik ke sejumlah unit kerja Bank.

"Sampai hari transaksi, Ibu Arky itu masih ke Syariah dan Operations karena banyak yang harus dikondisikan agar transaksi bisa berjalan karena banyak keterkaitan dengan pihak lain," ujar Bpk. Anantayoga, mengenang



Bpk. I Gede Widya Anantayoga
Head, Global Banking Trade Sales
Maybank Indonesia

"Penerbitan SKBDN syariah (kepada ekosistem usaha PT. UMT) sejalan dengan strategi syariah first Maybank Indonesia"

peristiwa tersebut.

Namun belakangan, semua dapat berjalan baik. Maybank Indonesia akhirnya sukses menerbitkan Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri (SKBDN) syariah untuk ekosistem usaha PT. UMT senilai Rp281 miliar. SKBDN syariah ini pun menjadi sejarah karena kali pertama diterbitkan oleh Maybank Indonesia.

Ditambahkan Bpk. Yoga, perjuangan untuk mencapai kesepakatan dengan PR.UMT memang tergolong menantang. Sebagai anak usaha salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bonafide, PT UMT telah memiliki perusahaan finansial/perbankan langganan.

Maka, meyakinkan mereka untuk bertransaksi lewat Maybank Indonesia menjadi tantangan tersendiri.

"Nah, kita minta waktu untuk presentasi di depan *supplier* mereka. Membuat presentasi, mengembangkan produk, meminta *pricing*, serta pendekatan. Secara internal, kita pun koordinasi biar mendapat *pricing* yang bagus," lanjut Bpk. Anantayoga.



Ibu Nova Fitria Anggreni

Trade LC-MNC Sales, Manager

"Kita berdiskusi untuk mendapatkan pricing yang kompetitif untuk sisi Maybank Indonesia, tapi tidak mengurangi margin yang kita dapatkan."

Secara keseluruhan, ditambahkan Ibu Arky, proses pendekatan hingga akhirnya mencapai kesepakatan antara kedua pihak didapat dalam waktu yang cukup lama. *Dus*, konsistensi dan kegigihan menjadi salah satu poin penting untuk mewujudkan hal ini.

"Sekitar lima bulan dari *approach* klien hingga penerbitan. Pendekatan memang cukup lama karena mereka harus membuka rekening dan transaksi diskonto pun harus siap, termasuk perjanjian, dan *approval*," ujar Ibu Arky.

Beliau pun mengenang salah satu metode pendekatan yang dilakukannya beserta tim untuk meyakinkan ekosistem usaha PT. UMT. Salah satunya dengan menggelar pertemuan khusus di lantai 16 di kantor pusat Maybank Indonesia di gedung Sentral Senayan III.

Pada kesempatan itu, tim GB pun memaparkan beragam hal secara transparan, mulai dari keunggulan hingga kekurangan membuka rekening di Maybank Indonesia untuk mendapatkan SKBDN Bank serta perbedaan *rate*.

Tim pun menjabarkan situasi ketika

Maybank Indonesia menerima SKBDN dari Bank sendiri, kita pun mengambil risiko karena akan lebih murah.

"Tapi menjadi lebih sederhana dan mudah dikontrol karena ibarat dari meja kanan ke meja kiri. Mereka kemudian mengambil ide itu dan membuka rekening di kita," terang Ibu Arky.

Tak berbeda perjuangan saat mencapai kesepakatan dengan PT Smart. Seperti disampaikan tim GB yang terlibat dalam kerja sama yakni *Trade LC-MNC Sales*, Manager Ibu Nova Fitria Anggreni proses pun berjalan panjang dan alot sehingga membutuhkan kegigihan dan ketekunan.

Bank pertama kali menawarkan fasilitas *invoice financing* pada Juli 2019. Hanya saja, ketika itu PT. Smart merasa belum mendapat keuntungan yang signifikan.

"Mereka itu sangat kompetitif soal *pricing*," ujar Ibu Nova.

Namun tim tidak kehilangan semangat. Pada April 2020, Bank kemudian menawarkan program *bundling* TB dan GM dengan *pricing* yang kompetitif bagi PT. Smart dan Bank sendiri, usai intens berdiskusi di internal Bank.

"Jadi, hampir enam bulan mencari detail produk yang bisa memberi *best pricing* untuk mereka," kata Ibu Nova.

Terkait keputusan menawarkan paket TB dan GM, Bpk Anantayoga menyebutnya sebagai wujud kreativitas dan inovasi Bank untuk memuaskan nasabah dari sisi solusi produk yang ditawarkan. Serta kerja sama dan komunikasi antar-unit yang sangat erat.

"Dari sisi kita, *margin* tidak berkurang tapi kepada klien tetap bisa menawarkan *rate* kompetitif," ujar kata Bpk. Anantayoga lagi

"Namun semangatnya adalah mengikuti arahan Bpk. Ricky Antariksa (Direktur Perbankan Global Maybank Indonesia) bahwa TB dan GM adalah agen pertumbuhan di *Global Banking*."

Kreativitas penawaran produk ini pun

disebut Bpk. Anantayoga seiring dengan slogan Maybank Indonesia yakni *Humanising Financial Services*, yaitu selalu berusaha mencari cara untuk memenuhi kebutuhan *customer*.

"Karena bagi *customer*, kalau enggak memenuhi (keinginan), mereka enggak mau," lanjut beliau.

Kreativitas dan inovasi, terang Bpk. Anantayoga, memang menjadi penting untuk dapat terus berkembang. Pasalnya, institusi keuangan lain rerata menawarkan produk yang nyaris serupa. Maka, keberhasilan kita ditentukan oleh pengelolaan hubungan yang baik, kerja sama, dan kegigihan mengejar klien.

Beliau pun berharap kita semua dapat terus bersemangat, gigih, berinovasi agar Maybank Indonesia menjadi institusi keuangan ternama di Indonesia.

"Meneruskan perkataan Presiden Direktur Maybank Indonesia Bpk. Taswin Zakaria dan Bpk. Ricky Antariksa, kita memang harus tetap bersemangat dan kreatif. Di tengah kesulitan pasti ada kesempatan," pungkas Bpk. Anantayoga.



Ibu Arky Soetopo Putri

Trade Sales PAS, Manager

"Ini adalah kolaborasi. Follow-up tidak hanya kepada klien, tapi juga internal. Jaringan unit kerja lain sangat mendukung."

STAY HOME
SHOP
ONLINE



Hasil Riset Nielsen:
Perubahan Perilaku Konsumen Saat Pandemi

Pintar Memahami Perilaku Nasabah Usai Pandemi



Sejak diumumkan pertama kali oleh Presiden Joko Widodo pada Maret lalu, angka kasus penyebaran Covid-19 terus bertambah di Tanah Air. Pemerintah sendiri telah meminta kita untuk menjauhi kerumunan atau menjaga jarak (*social/physical distancing*) saat berada di luar untuk menangkai laju wabah.

Praktis, imbauan yang telah berlangsung beberapa bulan itu telah mengubah perilaku kita dalam berinteraksi. Kita, misalnya, lebih sering memesan makanan atau barang secara daring ketimbang jalan-jalan ke mal atau makan di restoran.

Hal ini juga dibuktikan perusahaan riset dan analisis data Nielsen Company yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi, rekreasi, hiburan, dan makan masyarakat telah mengalami perubahan seiring pembatasan aktivitas di luar rumah.

Selain itu, masyarakat pun cenderung menjadi lebih selektif dalam mengeluarkan uang, terutama dalam segmen ekonomi menengah ke bawah. Adapun masyarakat golongan menengah-atas lebih fleksibel dalam menggunakan anggaran belanja mereka.

"Tapi kesamaannya, semua memprioritaskan produk yang berkaitan dengan bahan pokok dan farmasi," ujar Direktur Eksekutif Nielsen Media Indonesia Hellen Katherina dalam pemaparan hasil riset.

Menyiasati fenomena ini, Managing Director Nielsen Connect Indonesia Dede Patmawidjaja mengatakan, kita pun semestinya beradaptasi agar tetap relevan dan tetap dibutuhkan masyarakat.

"Kunci untuk mempertahankan konsumen jenis ini adalah menggabungkan sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya dengan tren baru yang muncul ketika konsumen dihadapkan pada situasi pandemi," ujar Dede.

Beberapa hal yang bisa kita lakukan menyusul perubahan perilaku konsumen akibat pandemi Covid-19, antara lain, memaksimalkan penggunaan digital *Maybank sales kit* untuk *online marketing*. Ihwal ini menjadi penting lantaran nasabah cenderung enggan untuk bertemu secara fisik saat ini.

Mereka lebih suka berkomunikasi via telepon atau konferensi video, sehingga

kita pun harus adaptif dengan beragam platform tersebut. Kita mesti siap dengan beragam pola komunikasi karena pengguna layanan digital saat ini tidak hanya anak muda atau generasi milenial.

Merujuk pada penelitian lain yang dilakukan lembaga riset dan analisa data McKinsey, generasi *baby boomers* pun kini mulai beralih berbelanja secara *online* sehingga kita dituntut paham menggunakan pola komunikasi generasi tersebut.

Dalam memasarkan produk pun, kita harus menunjukkan empati dan menjadi solusi permasalahan yang timbul akibat pandemi. Dengan cara ini, kita pun secara tidak langsung membangun citra perusahaan yang bertanggung jawab dan dengan realitas sosial masyarakat.

Tak hanya itu, kita juga harus cermat dalam menjabarkan nilai produk/barang yang kita tawarkan lantaran nasabah/*customer* kemungkinan besar hanya akan mau mengeluarkan uang untuk sesuatu yang dirasa mereka penting di saat seperti ini. Segala fitur dan keunggulan produk/barang yang tersedia harus dapat disampaikan dengan baik.

Always Perform, Sales Juara!

Menjadi *Sales* Juara dan Tangguh

Membuat Maybank Indonesia menjadi institusi perbankan jempolan merupakan tugas kita semua. Namun di satu sisi, peran *sales* untuk mengembangkan Bank menjadi krusial karena kita bertanggung jawab memasarkan produk dan program Maybank Indonesia.

Terlebih dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini, nasabah lebih banyak

menghabiskan waktu di rumah. Secara otomatis, situasi ini akan mengubah perilaku dan kebiasaan mereka. *Dus*, kita pun dituntut cermat dan adaptif agar penjualan tetap maksimal.

Untuk menyemangati para *sales*, Maybank Indonesia pun menggaungkan *Always Perform, Sales Juara!*

Berikut beberapa tips untuk menjadi *sales* juara yang dapat Maybankers coba terapkan:



Memahami jenis dan produk

Product knowledge merupakan hal utama harus kita kuasai. Dengan pemahaman produk yang baik, kita juga akan mampu menyampaikan dengan benar dan detail kepada nasabah.



Meningkatkan kemampuan dasar komunikasi

Keterampilan dasar pemasaran adalah kemampuan komunikasi yang baik. Lewat komunikasi baik, produk dan program yang kita tawarkan akan dapat diterima dengan mudah oleh nasabah. Cara berkomunikasi pun harus kita sesuaikan dengan nasabah yang dihadapi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.



Banyak mendengar

Membangun kepercayaan dan hubungan dengan nasabah adalah perihal penting. Untuk bisa mendapatkan itu, kita harus memulai dengan mendengarkan mereka agar dapat mengetahui dan memahami masalah serta kebutuhan mereka.



Menggunakan data

Memasarkan sesuatu secara serampangan tanpa berpijak pada data yang lengkap dan baik akan membuat kita gagal meyakinkan nasabah. Jika kita baru memulai, pastikan semua data yang telah kita kumpulkan diarsipkan/disimpan dengan baik sehingga saat dibutuhkan kita dapat menemukannya dengan mudah.



Meningkatkan jaringan

Jejaring bisnis yang luas akan memudahkan kita untuk mendekati target-target potensial. Selain itu, jaringan luas juga akan menambah wawasan kita terkait perubahan pola dan perilaku pasar saat ini. Namun ingat, jaringan tersebut harus selalu kita jaga dengan agar demi keberlanjutan bisnis.



Menjaga fokus

Melakukan semua hal sekaligus berpotensi mendistraksi fokus kita. Untuk menghindari hal itu, kita dapat memilih salah satu nasabah potensial dan mendekatinya secara bertahap. Jangan sampai kita kehilangan fokus yang justru membuang peluang kehilangan nasabah potensial.



Bersikap tangguh

Tidak mudah meyakinkan nasabah di pertemuan pertama. Oleh karena itu, kita harus pantang menyerah, tangguh, dan penuh semangat agar tidak kendur.



Kompetitif

Sebagai *sales*, kita tidak sepatutnya puas dengan sebuah pencapaian. Kita harus selalu merasa ingin berkembang dan mencapai titik lebih baik dari sebelumnya. Untuk menumbuhkan semangat itu, kita dapat mengukur pencapaian kita dengan orang lain. Hal ini akan membuat kita selalu terpacu dan ingin melakukan yang terbaik.

My *Always Perform* bank

CARI TAU TIPS SUKSES MELAKUKAN CLOSING



Pedoman Mobilitas Saat Kenormalan Baru

Penyebaran Covid-19 di Tanah Air membuat Maybank Indonesia menerapkan *split operation* dan *work from home* bagi Maybankers. Kebijakan tersebut bertujuan untuk mengurangi pengumpulan massa di suatu titik yang dapat memperbesar potensi penyebaran virus.

Namun seiring pelanggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh Pemerintah, kita perlahan-lahan akan kembali bekerja di kantor (*work from office*). Hal itu pun telah disampaikan Presiden Direktur Maybank Indonesia Bpk. Taswin Zakaria dalam halalbihalal Bank pada Jumat (5/6).

"Pemerintah telah mengumumkan batasan maksimal 50 persen di suatu lokasi. Sementara itu, kita masih akan menerapkan *work from home* dan *split operation*," kata Bpk. Taswin.

Berikut pedoman mobilitas kenormalan baru bagi Maybankers:

1. Memastikan area kerja sudah bersih dan higienis



- *General cleaning* dengan disinfektan dilakukan secara rutin (dua pekan sekali)
- Setiap unit kerja dan Maybankers di unit tersebut bertanggung jawab untuk membersihkan/mensterilkan secara rutin (2x sehari) semua permukaan yang sering disentuh seperti *work station*, *keyboard*, telepon, dan tuas pintu.

2. Pemeriksaan suhu tubuh di semua titik masuk tempat kerja



3. Penempatan dan distribusi *hand sanitizer/mask/gloves* di seluruh kantor/unit kerja dan memastikan ketersediannya.

Setiap kantor cabang dan unit kerja wajib menjaga ketersediaan beragam alat pelindung diri tersebut setidaknya sampai satu bulan ke depan, sebanyak dua kali jumlah karyawan.

4. Melanjutkan standar operasional prosedur penanganan Covid-19



- Bagi Maybankers yang sedang sakit diimbau agar memberitahukan kondisi kesehatan pribadi atau keluarga yang memiliki gejala/terpapar Covid-19 kepada PUK atau BHC terkait, serta wajib mencari pertolongan rumah sakit yang ditunjuk Pemerintah.
- Untuk dapat kembali bekerja, Maybankers yang dimaksud pada poin di atas wajib melampirkan surat keterangan rumah sakit yang menyatakan kondisi sehat untuk bekerja di kantor.
- Maybankers dengan keluarga yang terpapar Covid-19 wajib menjalani pemeriksaan medis dan melakukan karantina mandiri sesuai saran otoritas kesehatan.
- Maybankers terkonfirmasi Covid-19 agar cepat mencari pertolongan medis ke rumah sakit rujukan Pemerintah.
- Menetapkan tempat kerja yang memungkinkan menjaga jarak minimal satu meter (*physical/social distancing*) saat bekerja untuk mengurangi risiko penularan virus.





Tips Sukses *Tele Selling*

Cermat Berjualan via Telepon di Masa Pandemi

Memasarkan sebuah produk/program di tengah situasi pandemi saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi kita karena hampir setiap usaha memperketat pengeluaran mereka.

Selain itu, imbauan *social/physical distancing* yang disampaikan Pemerintah juga memaksa kita untuk mengurangi pertemuan fisik. Alhasil, tak jarang kita kesulitan memasarkan produk/program yang dimiliki atau beralih memasarkan produk secara virtual atau telepon.

Menyiasati kondisi ini, Pendiri Ace Learning Bpk. Edysen Shin menjabarkan sejumlah tips *tele selling* berjualan via telepon dalam situasi seperti ini. Meski terdengar mudah dan sederhana, memasarkan produk/program lewat telepon sejatinya memiliki tantangan dan kesulitan tersendiri.

Maka meski telah memiliki nomor telepon nasabah, kita sebaiknya tidak langsung menelepon untuk memasarkan barang.

"Main langsung telepon, itu namanya *suicide mission* karena kita tidak mengenal mereka dan sebaliknya. Potensi kita

ditolak akan sangat besar," ujar Bpk. Edysen.

"Seperti kita saat ditelepon dan langsung menawarkan produk, kita pun pasti ingin menutup telepon. Begitu juga situasi *customer* kita."

Menurut beliau, ada sejumlah tahapan untuk memasarkan suatu produk/program melalui telepon. Yang pertama, terang Bpk. Edysen, adalah menyebutkan nama pelanggan dengan tepat dan benar.

Perihal ini menjadi penting lantaran jika salah sebut, dapat dipastikan nasabah yang kita prospek akan menutup telepon dengan cepat seraya berkata 'salah sambung'.

"Karena nama adalah syair yang paling indah dalam pikiran seseorang. Jadi, pastikan kita menyebut nama dengan benar," ujar beliau.

Tahapan kedua adalah memastikan suara kita saat menelepon terdengar bersemangat dan bergairah. Hal ini mutlak dilakukan karena nasabah hanya bisa menilai kita lewat suara saat memasarkan produk.

Ketiga, kita harus menghindari penggunaan kata-kata yang kurang produktif/klise seperti menanyakan kabar. Ihwal ini akan membuang waktu orang yang ditelepon secara tiba-tiba karena mereka hanya akan ingin mendengarkan pesan yang bermanfaat dari kita saat menelepon.

Keempat, saat menelepon kita juga harus menyebutkan nama dan institusi yang kita wakikan. Perihal ini sangat krusial karena customer ingin mengetahui siapa yang menghubungi mereka. Jikalau perusahaan yang kita wakikan tidak cukup terkenal, ada baiknya pula kita menjabarkan latar belakang perusahaan.

Selanjutnya, kita harus memahami dan menghubungkan kondisi perusahaan calon nasabah dengan kondisi saat ini serta manfaat yang didapat dari produk/program yang ditawarkan. Jika kita berhasil melakukan ini, kemungkinan besar nasabah akan bertanya lebih lanjut terkait produk/program yang kita tawarkan.

"Kesalahan terbesar *sales* itu biasanya langsung membicarakan produk, tanpa menghubungkan kondisi perusahaan," pungkas Bpk. Edysen.

Podcast New Normal, New Era

Menjadi Lebih Baik di Era Baru

Alkisah di sebuah gedung megah milik instansi bonafide, dua benda yang bersemayam sejak lama di bangunan tersebut: patung dan marmer, terlibat perbicangan.

Patung berkata, "Saya berdiri terus-menerus tapi tidak ada yang menyentuh. Hanya berdiam diri dan tidak bergerak," yang lantas dibalas marmer dengan mengatakan, "Aku lebih parah lagi. Hanya di bawah dan diinjak. Kadang dibersihkan, tapi tidak ada yang pernah memperhatikan."

Keduanya terus berkeluh kesah, sampai pada akhirnya mereka menyadari bahwa posisi mereka sejatinya kini jauh lebih beruntung.

"Beberapa tahun lalu kita hanya seenggok batu tak berguna lalu diangkat, ditempa, terkadang direndam. Tapi akhirnya kini kita berada di sini tidak kepanasan," ujar si patung.

"Mestinya kita bersyukur. Kamu juga terinjak, tapi pada akhirnya kita sekarang jauh lebih baik," lanjutnya kepada marmer. Kisah itu dituturkan motivator Bpk. Parlindungan Marpaung dalam podcast Maybank Indonesia bertema *New Normal, New Era*, sebagai contoh

bahwa situasi sulit seperti pandemi Covid-19 semestinya dijadikan bahan pembelajaran dan pematik rasa syukur karena ihwal sulit ini sejatinya menempa dan mendewasakan kita sebagai manusia.

"Saat ini kita mengalami masa sulit. Tapi mestinya kita bersyukur bahwa dengan kondisi ini kita sejatinya sedang dibentuk," kata beliau.

Ditambahkan Bpk. Parlindungan, perubahan untuk menjadi lebih baik memang tidak melalui jalan mudah. Layaknya batu yang bersalin rupa menjadi patung dan marmer nan indah, kita pun harus terlebih dahulu melalui masa sulit seperti ini untuk menjadi lebih baik.

"Itulah sebabnya mari kita menyesuaikan diri dan yang pertama kita harus terlebih dahulu menerima keadaan bahwa dunia kini mulai berubah," kata beliau.

Beliau mencontohkan kebiasaan komunikasi baru yang kini mulai rutin menggunakan teknologi seperti konferensi video, Zoom, atau Webex. Untuk menjadi lebih baik, kita harus adaptif dengan pola komunikasi baru tersebut dan memaksimalkannya.

"Itulah sebabnya kita tidak boleh lagi



Bpk. Parlindungan Marpaung
Motivator

"Orang yang cerdas adalah mereka yang bisa menyesuaikan diri dengan perubahan."

mengeluh. Sibuk menyalahkan orang lain. Ambil lah tanggung jawab pribadi," pungkask beliau.

"Dengan demikian, kita lebih mudah mengeksplorasi cara penyelesaian masalah."

Tips Lebih Baik di Fase Kenormalan Baru

Kenormalan baru melahirkan pola komunikasi dan kebiasaan baru. Kita harus beradaptasi dan cermat beradaptasi agar tetap produktif dan menjadi lebih baik di fase *new normal*. Berikut tips disampaikan Bpk. Parlindungan Marpaung:





▲ Bantuan hewan Qurban 1441 H: 1. KCS Denpasar. 2. KCS Balikpapan. 3. KCS Bandung. 4. KCS Banjarmasin. 5. KCS Cirebon. 6. Aceh. 7. KCPS Tangerang. 8. KCS Jatinegara, Jakarta. 9. KCS Surabaya. 10. KCS Semarang. 11. KCS Medan

Sinergi Maybank Syariah Membantu Masyarakat

Selaku umat Islam, kita dianjurkan untuk berkorban pada Hari Raya Iduladha. Hal itu pun termaktub di dalam Alquran, antara lain, dalam surat Al-Kautsar ayat 2.

Menyadari ihwal tersebut, Maybank Unit Usaha Syariah menyalurkan dana kebajikan dalam bentuk 16 hewan kurban kepada kaum duafa dan masyarakat prasejahtera dalam perayaan Iduladha 1441 Hijriah, bekerja sama dengan sejumlah lembaga nonprofit seperti Aksi Cepat Tanggap (ACT), Dompot Sosial, Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), dan Daarut Tauhid.

Pendistribusian hewan dilakukan melalui Kantor Cabang Syariah (KCS) dan Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPS) di sejumlah wilayah Indonesia seperti KCS Makassar, KCS Banjarmasin, KCS Balikpapan, KCS Denpasar, KCS Surabaya, KCS Semarang, KCS Yogyakarta, KCS Palembang, KCS Padang, KCS Medan, KCS Banda Aceh, KCS Cirebon, KCS Bandung, KCPS Tangerang, KCPS Depok, dan KCS Jatinegara.

Selain bentuk menjalankan ajaran Islam, penyaluran hewan kurban juga merupakan wujud kepedulian sosial

Maybank Unit Usaha Syariah kepada masyarakat prasejahtera dan komunitas marjinal di tengah situasi pandemi Covid-19.

Terkait bantuan hewan kurban yang disalurkan Maybank Unit Usaha Syariah tahun ini, Kepala Daarut Tauhid Peduli Aceh Bpk. Kurniawan mengapresiasi. Ia pun berharap kerja sama serupa antara Maybank Unit Usaha Syariah dan lembaganya dapat terus terjalin di masa mendatang.

"Kita berharap sinergi ini dapat membantu masyarakat," kata Bpk. Kurniawan.

Branch Manager KCS Banjarmasin Ibu Yulia Hapsari dalam pendistribusian hewan kurban di Banjarmasin berharap bantuan ini dapat memberi manfaat bagi masyarakat prasejahtera dan kaum duafa di sekitar KCS Banjarmasin.

"Kita berharap bantuan hewan kurban ini dapat membantu masyarakat prasejahtera, kaum duafa, dan mereka yang berhak menerima di lingkungan Maybank Banjarmasin dan Panti Asuhan Nur Azizah," ujar Ibu Yulia.

Adapun Ketua Panitia Kurban Baznas

Kalimantan Selatan Bpk. Saddam Nurhidayat menanggapi positif keputusan Bank yang kembali memercayakan lembaganya untuk menyalurkan hewan kurban tahun ini.

"Ini adalah tahun kedua kerja sama dengan Maybank. Sebelumnya satu ekor sapi dan dua ekor kambing, tapi *alhamdulillah* tahun ini bertambah dari tahun sebelumnya. Kita berharap ini terus berlanjut di masa mendatang," ujar Bpk. Saddam.

Seiring dengan slogan *Humanising Financial Services*, Maybank memang terus berupaya memberi manfaat bagi masyarakat prasejahtera dan kurang mampu di antero Tanah Air.

Terhusus penyaluran hewan kurban, Bank bahkan memberi kemudahan pemesanan di laman www.maybank.co.id/qubanACT dan bertransaksi melalui M2U ID App atau Maybankzu.

Selain itu, Maybank Indonesia juga memberikan program tabungan berhadiah langsung paket kurban dengan menabung di Maybank Tabungan MyPlan Plus iB, dengan setoran awal Rp3,1 juta.



1. Komunitas Pusat Pemberdayaan Penyandang Disabilitas (PUSPADI) Bali. 2 & 3. Komunitas Difa Yogyakarta.

Maybank Indonesia Bantu Komunitas Penyandang Disabilitas

Bersama Mengatasi Pandemi

Berlarutnya penyebaran Covid-19 di seluruh dunia, termasuk Indonesia, telah memengaruhi kehidupan kita di segala lini. Tak hanya kesehatan, pandemi ini turut memberi dampak buruk kepada perekonomian. Dalam rilis pada April lalu, International Monetary Fund (IMF) bahkan telah memprediksi bahwa *output* ekonomi dunia akan menyusut hampir lima persen akibat penyebaran virus corona.

Merespons fenomena ini, Maybank Indonesia dan Maybank Foundation pun menyalurkan bantuan kepada sejumlah kelompok masyarakat prasejahtera dan komunitas marjinal di Tanah Air sepanjang Juni. Kegiatan ini sekaligus menegaskan misi *Humanising Financial Services* yang digaungkan Maybank Indonesia.

Penyaluran bantuan pertama diberikan melalui KC Yogyakarta pada Rabu (10/6) kepada sejumlah organisasi/kelompok masyarakat seperti penyandang

disabilitas yang tergabung di Komunitas Ojek Difa, SLB Dharma Putra Semin, Sekolah Dasar Kanisius Kenalan, dan Komunitas Berdaya Bareng.

Sementara donasi kedua disalurkan kepada 30 anggota komunitas penyandang disabilitas di Bali melalui Yayasan Pusat Pemberdayaan Penyandang Disabilitas (PUSPADI) pada Selasa (25/6).

Dalam kedua kegiatan itu, Bank dan Maybank Foundation mendonasikan masker hasil karya penenun perempuan yang tergabung dalam program *Women Eco Weavers* di Kamboja yang digagas Maybank Foundation serta sejumlah bahan pokok seperti beras, minyak goreng, gula pasir, tepung terigu, kecap, mi instan, dan teh.

Sebelum penyaluran donasi ini, partisipasi Maybank Indonesia dalam memerangi dampak Covid-19 telah tampak lewat beragam kegiatan. Bank, misalnya,

menggandeng Yayasan Anne Avantie untuk memproduksi alat pelindung diri (APD) bagi tenaga medis yang berada di garis depan perlawanan terhadap virus. Pun, Maybank Syariah yang bersama bank-bank syariah lain di Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) turut mendistribusikan APD bagi tenaga medis di beberapa rumah sakit di DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten.

Secara internal, Maybank Indonesia pun gencar mendorong Maybankers untuk terlibat aktif membantu sesama di masa pandemi lewat gerakan Cahaya Kasih *Challenge*, dengan menyediakan makanan gratis bagi masyarakat yang terdampak penyebaran virus corona. Kita pun didorong untuk mengunggah kegiatan tersebut ke media sosial disertai tagar #mycareforyouandme #happymaybankers #cahayakasih agar dapat menginspirasi sesama.

Selain itu, Maybank Indonesia juga menyediakan saluran donasi lewat Maybank HEART di nomor rekening 200-355-2059, donasi melalui M2U, atau langsung memindai QR Pay yang disediakan.

Dana yang terkumpul lewat donasi ini selanjutnya akan diteruskan untuk memenuhi kebutuhan APD bagi tenaga medis serta mendukung sirkulasi ekonomi dan daya tahan pangan masyarakat prasejahtera.

Membantu Sesama di Tengah Situasi Sulit

Penyebaran wabah Covid-19 yang belum berhenti sampai kini telah memengaruhi kondisi finansial sejumlah kelompok masyarakat. Kondisi tersebut kian memprihatinkan mengingat sampai saat ini World Health Organization (WHO) dan otoritas kesehatan belum menemukan vaksin yang dapat mencegah penularan virus.

Mafhum akan perihal tersebut, Maybank Unit Usaha Syariah menyalurkan sekitar 800 paket bantuan bahan pokok dan masker kepada sejumlah komunitas marjinal dan prasejahtera pada Rabu (17/6) di wilayah Tangerang Selatan, Banten.

Dalam mendistribusikan bantuan, Maybank Unit Usaha Syariah bekerja sama dengan komunitas Sedekah Waqaf Air (SWA) dan perusahaan *e-commerce* Hijup.

Donasi pertama diserahkan kepada Yayasan Menjadi Indonesia Pintar yang merupakan sekolah informal untuk anak-anak keluarga prasejahtera di daerah Rempoa Raya, Ciputat Timur.

Pengurus Yayasan Menjadi Indonesia Pintar Nova Biber menanggapi positif bantuan yang disalurkan Maybank Unit Syariah dan berharap kerja sama serupa kembali terjalin di masa mendatang.

"*Alhamdulillah* kegiatan hari ini (donasi) sangat membantu mereka untuk menjalani hari di tengah kondisi seperti ini. Saya berharap Maybank Syariah dapat terus berkontribusi kepada masyarakat," ujar Nova yang mendidik 45 anak di sekolah tersebut.

Perihal sama disampaikan salah seorang penerima donasi, Ibu Mariyani, yang berterima kasih atas donasi yang disalurkan Maybank Unit Usaha Syariah. "Donasi ini sangat membantu di tengah situasi sulit Covid-19," ujar beliau.

Bantuan kedua disalurkan kepada Yayasan Yatim Miftahul Jannah di daerah Pondok Pucung, Pondok Aren. Sementara bantuan ketiga disalurkan kepada warga di sekitar Bintaro.

Serupa dengan Ibu Mariyani, Pengurus Yayasan Miftahul Jannah Bpk. Alfizar juga mengapresiasi Maybank Unit Usaha Syariah terkait donasi yang disalurkan.

"Saya sangat bersyukur Maybank Syariah ikut memberikan donasi kepada kami," ujar Bpk. Alfizar.

Perwakilan Hijup Akli Djumadie berharap pendistribusian bantuan ini dapat menolong kelompok masyarakat prasejahtera dan komunitas marjinal di tengah pandemi. Pun, perwakilan komunitas SWA Ima Nur Annisa yang menyuarakan harapan serupa.

"Harapan kita, donasi ini bisa bermanfaat. Dukungan dari Maybank Syariah kali ini sangat membantu," ujar Ima.

Secara umum, keterlibatan Maybank Indonesia dalam perlawanan terhadap pandemi telah berlangsung beberapa kali. Bank, misalnya, telah memberikan



"Saya sangat bersyukur Maybank Syariah ikut memberikan donasi kepada kami,"

Bpk. Alfizar
Pengurus Yayasan Miftahul Jannah

donasi Alat Pelindung Diri (APD) ke rumah sakit di seluruh Indonesia dan melakukan program penggalangan donasi massal (*crowd sourcing*) melalui aplikasi *mobile banking* M2U untuk membantu mereka yang terkena dampak wabah virus.

Selain itu, Bank baru-baru ini juga memperkenalkan rekening tabungan yang dilengkapi perlindungan asuransi jiwa Covid-19, sejalan dengan komitmen Bank untuk memprioritaskan keselamatan dan kesehatan nasabah.



- ▲ 1, 5, 7. Penyaluran Dana Kebajikan untuk Yayasan Menjadi Indonesia Pintar. 2, 3, 4. Penyaluran Dana Kebajikan untuk Yayasan Miftahul Jannah dan, 6, 7. untuk Masyarakat prasejahtera dan kelompok marjinal di Bintaro.

INTERMEZZO

PERTANYAAN KUIS

Berapakah diskon khusus dari Allianz Mobilku untuk Karyawan Maybank?

Pemenang Kuis Edisi 05 -2020

1. Diana Aya Sophia : KC Palu
2. Elvira Yohana Mahoro : KCP Medan Mall
3. Solihin : KC Martadinata
4. Retno Putra : KCP Ketapang
5. Agnes Ratri Wilujeng : KC Kediri

Ketentuan Menjawab :

Kirim jawaban Anda lewat e-mail ke alamat **CCommunications@maybank.co.id** disertai informasi nama dan unit kerja.

Kuis ini terbuka untuk seluruh Maybankers. Tersedia lima hadiah menarik untuk lima pemenang. Nama-nama pemenang akan diumumkan di Kabar Maybank edisi selanjutnya.

My

Berkendara tanpa rasa khawatir bank

Semakin nyaman berkendara dengan diskon khusus karyawan Maybank untuk perlindungan Anda dari Allianz Mobilku. Tinggal isi formulir aplikasi atau SPPA dan lampirkan *copy* ID Karyawan.

Periode hingga 31 Oktober 2020

Syarat dan Ketentuan:

• Diskon premi **10% + 25%** dengan simulasi sebagai berikut:

Premi Gross	Rp1.000.000,-
Diskon Premi Tambahan (10%)	Rp100.000,-
Premi Setelah Diskon Tambahan	Rp900.000,-
Diskon Premi (25%)	Rp225.000,-
Total Premi yang Harus Dibayar*	Rp675.000,-

*Belum termasuk biaya administrasi polis dan meterai


Untuk informasi lebih lanjut dan pengajuan polis, kirimkan email ke: BancassuranceSpecialist@maybank.co.id dan BancassuranceWMGroup@maybank.co.id atau kunjungi kantor cabang Maybank terdekat.

#MyBank

Syarat & ketentuan berlaku.

Hubungi **1500611**, kunjungi **cabang Maybank** atau **www.maybank.co.id** untuk keterangan lebih lanjut, syarat dan ketentuan. Terhubung dengan kami: [f Maybank](#) [@MaybankID](#)

Allianz

PT Bank Maybank Indonesia Tbk. Terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 

Humanising Financial Services.



Maybank