

Seri Pekerja 1938-1968

Manual Workers Series

Seri Pekerja Tangan memiliki varian seri yang bertanda air Kepala Banteng dan Garuda Pancasila. Seri ini terdiri dari 2 tahun emisi, yaitu tahun 1958 dan 1964. Seri Pekerja Tangan tahun 1958 ditandatangani oleh Gubernur Loekman Hakim dan Direktur TRB. Sabaroedin, disebut Seri Pekerja Tangan I. Sedangkan seri tahun 1963, yang disebut Seri Pekerja Tangan II, ditandatangani oleh Gubernur Soemarno dan Direktur Hertatijanto, bersamaan dengan seri tahun 1964 yang ditandatangani oleh Gubernur Jusuf Muda Dalam dan Direktur Hertatijanto.

The Worker Series were released with watermark variations of Bull Head and the symbol of Garuda Pancasila. It also consisted of two emission year, the 1958 and the 1964. The 1958 Manual Workers Series bore the signature of Governor Lokeman Hakim and Director TRB Sabaroedin, and was identified as Manual Workers Series 1. The Manual Workers Series II, circulated in 1963, bore the signature of Governor Soemarno and Director Hertatijanto, while the 1964 circulation bore the signature of Governor Jusuf Muda Dalam and Director Hertatijanto.



TINJAUAN BISNIS

BUSINESS REVIEW

132	Perbankan Mikro Micro Banking	152	Tresuri, Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Treasury, Capital Markets and Financial Institutions
136	Perbankan Konsumen Consumer Banking	155	Transaction Banking (Trade Finance & Cash Management) Transaction Banking (Trade Finance & Cash Management)
140	Perbankan Usaha Kecil Menengah (UKM) Small & Medium Enterpirse (SME) Banking	158	Bisnis Anak Perusahaan Subsidiary Business <ul style="list-style-type: none">• Adira Finance• Adira Insurance• Adira Kredit
144	Wholesale Banking Wholesale Banking		
148	Perbankan Syariah Syariah Banking (Islamic Banking)		

TINJAUAN BISNIS

Business Review

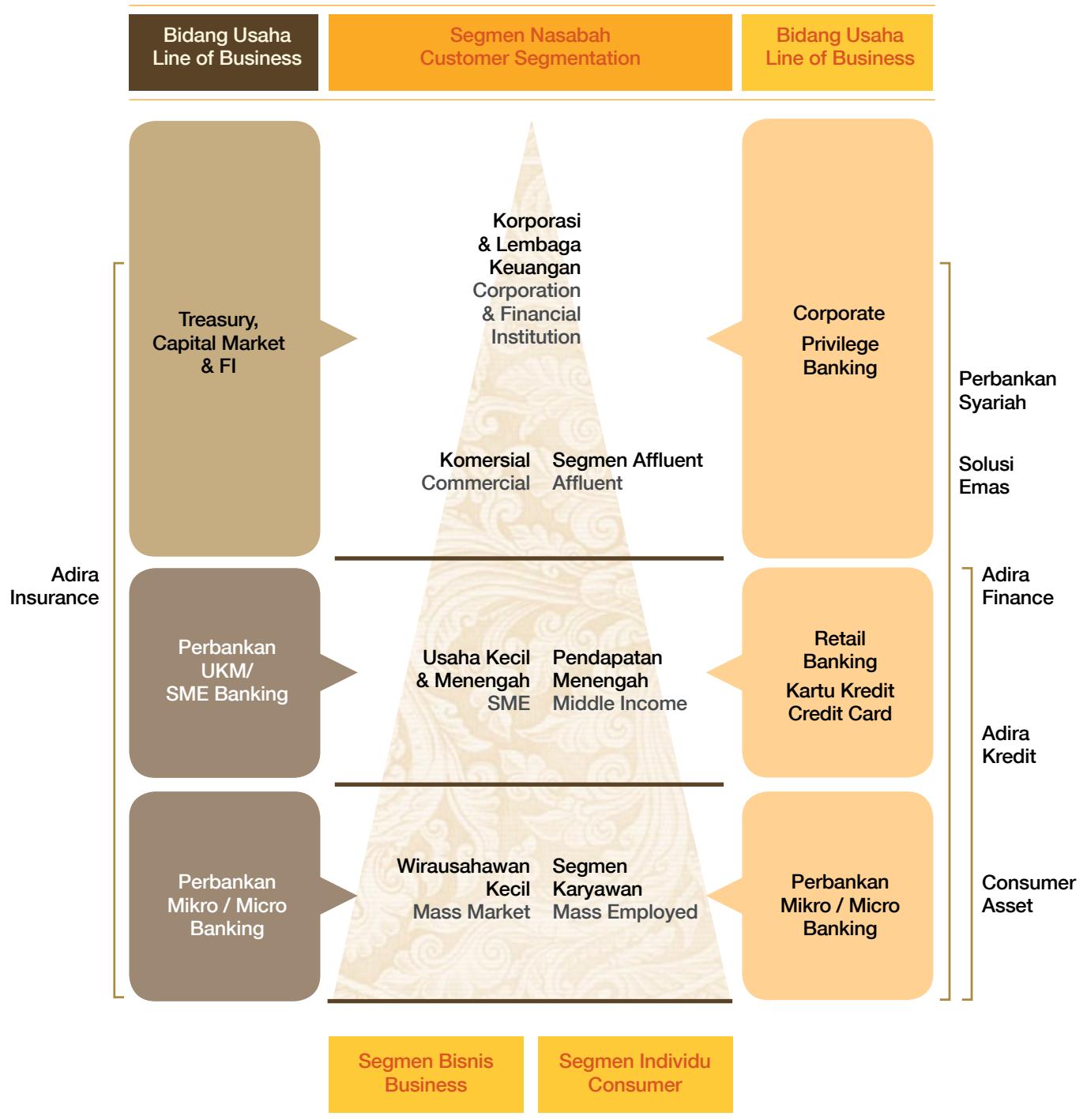


DANAMON:

MEWUJUDKAN KEUNGGULAN, MEMBERIKAN MANFAAT
DEDICATED TO EXCELLENCE, DELIVERING VALUE

Unit-unit bisnis dan anak-anak perusahaan Danamon terus menunjukkan peningkatan kinerja dari tahun ke tahun yang didukung oleh penguatan infrastruktur, penyempurnaan produk, dan pengembangan layanan.

Danamon's line of businesses and subsidiaries continue to deliver performance growth from year to year, as supported by infrastructure enhancement, product refinement, and service development.



TINJAUAN BISNIS

Business Review

OVERVIEW

Unit-unit bisnis Danamon pada tahun 2012 terus menunjukkan kemajuan yang signifikan dengan pencapaian di banyak aspek. Sebagaimana telah digambarkan sebelumnya, tahun 2012 merupakan tahun yang kondusif bagi pertumbuhan perekonomian nasional. PDB Indonesia tumbuh 6,23% dan merupakan salah satu pemimpin pertumbuhan di antara negara-negara lain. Tantangan muncul baik dari lingkungan bisnis di tingkat nasional maupun internasional, namun Indonesia mampu bertahan dengan baik, suatu kondisi yang juga dapat dilihat pada pemain industri perbankan termasuk Danamon.

Danamon berkomitmen menjadi sebuah institusi universal dengan layanan yang menjangkau berbagai kebutuhan serta spektrum nasabah yang luas. Kami hadir di sektor mikro sampai dengan segmen korporasi dan institusi finansial yang lebih tinggi dengan memberikan pelayanan prima kepada semua nasabah.

Di sektor mikro, Danamon memiliki Danamon Simpan Pinjam (DSP) yang menerapkan pendekatan perbankan komunitas. Solusi Pasar Model dari DSP berkontribusi 92% terhadap total portofolio kredit, sementara kredit tanpa agunan Solusi Modal tumbuh 30% ke Rp 1,56 triliun. DSP juga memperluas fokus ke sektor agribisnis dan saat ini bermitra dengan United States Development Agency (USAID).

OVERVIEW

In 2012, Danamon's line of businesses in overall continued to show strong progress, and successfully delivered achievements in many fronts. As have been described earlier in the report, the year 2012 remained conducive for national economy growth, whereas Indonesia rose by 6.23% in GDP, leading the way amongst other countries in the world. There were several challenges from the national and international economic and business environment, however Indonesia maintained its resiliency, and so did the banking industry including Danamon.

Danamon has always been committed as a universal banking, with services that encompass the many needs and broad customer spectrum. We are present at the micro sector, up to the corporation and sophisticated financial institution segment, bringing service excellence to all of our customers.

At the micro sector, Danamon has Danamon Simpan Pinjam (DSP) with its community banking approach. DSP's Pasar Model contributed 92% to its total lending portfolio, while unsecured loan product Solusi Modal grew 30% to Rp 1.56 trillion. DSP also expanded its focus to the agribusiness sector and is currently in partnership with the United States Development Agency (USAID).



Untuk segmen usaha kecil dan menengah (UKM), perbankan UKM Danamon siap melayani nasabah di 13 wilayah didukung oleh 1.010 karyawan. UKM mencatat pertumbuhan kredit 25% dengan manajemen NPL yang amat baik. Salah satu strategi perbankan UKM di tahun 2012 adalah menajamkan cakupan pelanggannya dan memperbarui fokus pada segmen emerging UKM, yang dikategorikan sebagai segmen dengan plafon kredit senilai Rp 3 miliar.

Sementara itu, perbankan Komersial dan Korporasi disatukan menjadi di bawah perbankan Wholesale. Penyatuan tersebut merupakan solusi kami untuk memberikan akses fleksibel terhadap nasabah di kedua segmen serta untuk mengakomodasi pertumbuhan nasabah. Perbankan Wholesale Danamon memiliki basis nasabah yang terdiversifikasi dengan jangkauan terhadap 30 sektor industri.

Danamon melayani nasabah individual melalui Danamon *Consumer Banking* yang merupakan kontributor utama CASA dengan porsi 63% di tahun 2012. Untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, Danamon *Consumer Banking* terlibat dalam berbagai kemitraan. Salah satu program unggulan di tahun 2012 adalah peluncuran kartu debit/ATM Manchester United yang menjadikan Danamon sebagai penerbit eksklusif kartu tersebut di Indonesia.

Untuk para nasabah di segmen atas, Danamon memiliki Treasury, Capital Markets dan Financial Institutions (TCM & FI), serta Trade Finance, Cash Management, dan Transaction Banking. Salah satu layanan utama Danamon di segmen-segmen ini adalah fitur cash@work dan Trade Service Point at Port (TSPP) yang pada tahun 2012 menambah titik pelayanan dengan pembukaan TSPP di pelabuhan Tanjung Perak, Surabaya.

Selain layanan perbankan konvensional, Danamon juga memiliki layanan Danamon Syariah yang pada tahun 2012 merayakan sepuluh tahun masa operasionalnya. Danamon Syariah menawarkan produk-produk unik seperti layanan Solusi Emas Syariah dan pembiayaan kepemilikan emas Solusi Emas Murni. Pada tahun 2012, Danamon Syariah mencapai 56% pertumbuhan pembiayaan dan 49% pertumbuhan aset.

Keberhasilan unit-unit bisnis Danamon di atas didukung oleh berbagai inisiatif yang ditujukan pada sejumlah aspek. Beberapa inisiatif kunci yang dijalankan adalah ekspansi jaringan terdiri dari pembukaan kantor cabang serta instalasi ATM/CDM, peningkatan produktivitas, serta upaya-upaya untuk menghubungkan unit-unit bisnis Danamon dalam rangka memaksimalkan peluang bisnis.

For the small and medium enterprises (SME), Danamon's SME Banking is ready to serve customers in 13 regions, with the support of its 1,010 employees. SME banking posted 25% loan growth in 2012, with robust NPL management. One of the strategies taken by SME banking in 2012 was to redefine the coverage of its customers, and revitalized its focus on the emerging SME segment, which is defined as customer segment with maximum Rp 3 billion credit limit.

Meanwhile, our Commercial and Corporate banking have been merged into Wholesale Banking. The integration was our solution to provide flexible access to customers on both segments, and to accommodate growth of our customers. Danamon Wholesale banking has a highly diversified customer base, with presence in 30 industry sectors.

Moving further, Danamon serves the individual customers through Danamon Consumer banking, which is our leading CASA contributor, with 63% contribution in 2012. Danamon Consumer banking is engaged in many partnerships, to enable us to better serve our customers. One of the leading programs in 2012 was the launch of Manchester United debit/ATM card, making Danamon as the exclusive issuer in Indonesia.

For the more sophisticated customers, Danamon has Treasury, Capital Markets and Financial Institutions (TCM & FI) service as well as Trade Finance, Cash Management, and Transactional service. Included in Danamon's leading services in these segments are cash@work feature and Trade Service Point at Port (TSPP), which in 2012 added its point of service by adding TSPP at Tanjung Perak port, Surabaya.

Aside from the conventional banking above, Danamon also has Danamoan Syariah that remarked its tenth year of operations in 2012. Danamon Syariah offers unique products such as pawnbroking Solusi Emas Syariah and gold financing Solusi Emas Murni. In 2012, Danamon Syariah achieved 56% financing growth and 49% asset growth.

Danamon's line of businesses delivered all of their achievements above with initiatives that address many aspects. Among the key strategies were network expansion that consisted of branch office opening and ATM/CDM installation, productivity improvement, as well as efforts to link Danamon's line of businesses and thereby maximizing business opportunities.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

PERBANKAN MIKRO

MICRO BANKING



DSP Customer, Yon Hendri

Danamon Simpan Pinjam terus menunjukkan kinerja pertumbuhan yang kuat. Pada tahun 2012, baik kinerja kredit maupun pendanaan Danamon Simpan Pinjam meningkat dari tahun sebelumnya. Danamon Simpan Pinjam juga meningkatkan jangkauan nasabahnya hingga 21% dan kian menegaskan posisinya sebagai institusi perbankan komunitas yang terpercaya.

Danamon Simpan Pinjam successfully delivered solid growth performance. In 2012, Danamon Simpan Pinjam enjoyed higher revenues for both loan and funding products. Danamon Simpan Pinjam also expanded its customer base throughout Indonesia by 21%, further establishing its position as a trusted community banking institution.

Berkomitmen terhadap sektor perbankan mikro, Danamon Simpan Pinjam (DSP) membantu para pengusaha kecil bertumbuh. Dengan pendekatan community banking, DSP merintis langkah sebagai perbankan mikro terkemuka di Indonesia.

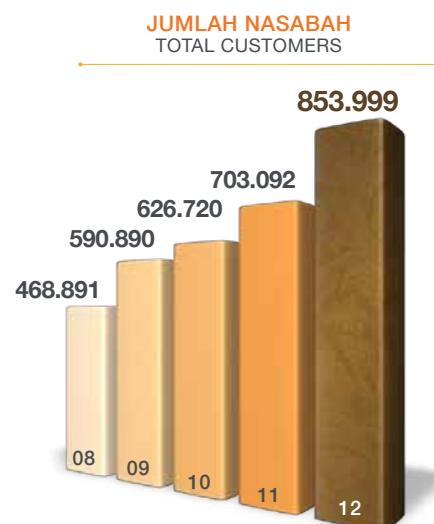
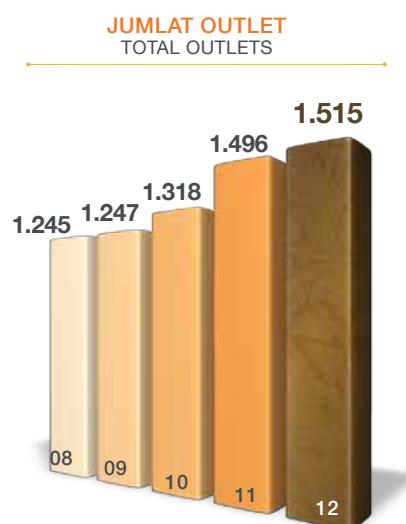
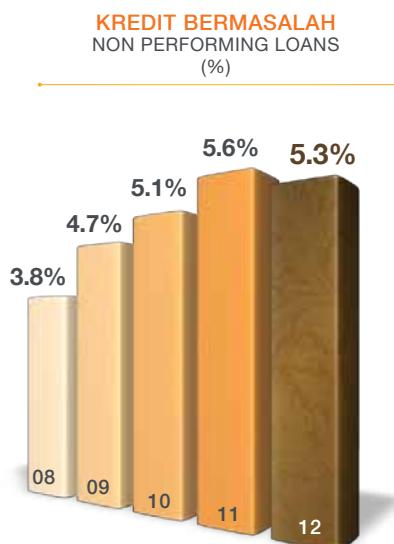
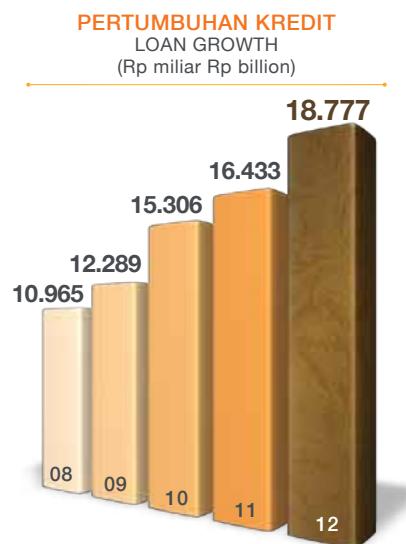
Sepanjang tahun 2012 posisi DSP yang semakin baik di pasar tercermin melalui berbagai pencapaian dan pertumbuhan pinjaman meningkat 14% ke Rp 18.777 miliar.

Melalui inisiatif pemasaran yang intensif, dari segi pendanaan DSP juga bertumbuh dengan pesat. Pencapaian yang sangat baik ini diimbangi dengan implementasi pengelolaan risiko yang baik.

Committed to the micro-banking sector, Danamon Simpan Pinjam (DSP) enables small business owners to grow their businesses. Engaging the market as a community banking institution, DSP led the way to becoming the leading micro-banking player in Indonesia.

DSP's stronger market position is reflected by its achievements in 2012 and strong overall growth, with loans growing by 14% to Rp 18,777 billion.

With intensive marketing initiatives, DSP's funding grew significantly as well. The strong results were met by robust implementation of risk management



TINJAUAN BISNIS

Business Review

Di sisi jaringan, DSP membuka 11 kantor cabang dan 9 unit pemasaran baru. Secara keseluruhan DSP kini hadir di 1.515 lokasi dan berhasil meningkatkan jangkauan nasabahnya dari 700.000 nasabah di 2011 menjadi 850.000 nasabah di 2012.

Untuk meningkatkan layanan, DSP meluncurkan menambah pelayanan transaksi nonkliring kepada nasabah yang terdaftar di bawah unit bisnis lain Danamon dimulai dari kantor yang berada di Sumatera.

DSP juga mengimplementasikan fasilitas pembayaran nasabah melalui sistem EDC online dan memberikan akses yang mudah serta fleksibel.

Untuk memberikan kemudahan pengiriman dana, pada tahun 2012 DSP menambahkan pelayanan Western Union di beberapa unit DSP. Hal ini dilakukan sebagai langkah awal untuk implementasi layanan ini di lebih dari 500 unit pada tahun 2013.

Melanjutkan kisah sukses di sektor agribisnis yang dimulai dari sektor kelapa sawit, DSP kini menggarap ke sektor komoditas lain seperti karet dan cokelat. Dengan demikian akses nasabah agri terhadap fasilitas perbankan menjadi mudah.

Sebagai langkah mitigasi risiko, DSP terus mempertajam sistem early warning dan melakukan pengawasan yang melekat di semua jajaran organisasi.

DSP juga melakukan perbaikan teknologi secara terus menerus dari proses kredit hingga proses penjualan sehingga dapat menghasilkan proses yang lebih efisien dan produktif.

Di luar kegiatan seputar produk keuangan dan layanan nasabah, DSP juga memperhatikan pengembangan sumber daya manusia. Segmen perbankan mikro menghadapi tantangan dari segi perputaran sumber daya manusia dan DSP berkomitmen untuk mengelola sumber dayanya dengan baik melalui program pelatihan dan retensi.

On the network front, DSP added 11 full branches and 9 sales offices in 2012, signifying a total of 1,515 locations, serving from 700,000 customers in 2011 to 850,000 customers in 2012.

To enhance customer service, DSP initiated non-clearing transactions service to accounts registered under another Danamon Line of Business, starting in Sumatera.

DSP also implemented on-line EDC system, ensuring easy and flexible payment access.

To provide ease of fund transfer, in 2012 DSP added Western Union service in several DSP units. This is the starting step to implement and provide this service to more than 500 units in 2013.

Continuing DSP's success in serving the agribusiness sector, which was initially started in the palm oil sector, DSP has expanded its coverage to other agribusiness commodities, including rubber and cacao, therefore enabling easier banking facility for agri-based customers.

To mitigate risks, DSP continued to sharpen its early warning system and conducted robust monitoring at all levels of organization.

In terms of technology enhancement, DSP performs continuous improvement on its credit to sales process, ensuring efficient and a more productive business process.

Aside from financial and customer-related activities, DSP also prioritized human capital management and upgrading. The fact is that high turnover has been a continuing challenge in the micro-banking business, and to avert this tendency, DSP has focused on talent retention and development.

Program pengembangan DSP menasaskan pada keterampilan hard dan soft skills dan pada tahun 2012 DSP melatih 18.000 karyawan serta menerima 10.014 karyawan baru. DSP juga membuka kesempatan kepada bakat-bakat muda untuk berkarya melalui program bimbingan kerja yang dimulai pada awal 2012 bekerja sama dengan Kementerian Ketenagakerjaan dan Transmigrasi.

Di tahun 2013 DSP melanjutkan inisiatif yang telah dibentuk dari segi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia dan perbaikan proses.

Dari segi produk, DSP berencana meluncurkan produk bancassurance dan tabungan pendidikan. Jaringan DSP pun akan diperluas dengan rencana penambahan gerai di 2013.

Di samping itu, DSP berkomitmen meningkatkan implementasi Prinsip Mengenal Nasabah, mengelola risiko dan meningkatkan efisiensi dengan bantuan teknologi.

DSP akan melanjutkan program pengembangan sumber daya manusia. Melalui program DSP 1000 Leaders, DSP memastikan tersedianya pemimpin-pemimpin yang andal di tingkat unit dan manajemen menengah sebagai bagian dari penggerak utama organisasi.

Hal ini disertai dengan program Penanaman Kembali Nilai-Nilai Danamon kepada seluruh karyawan Danamon sehingga peningkatan kompetensi juga diimbangi dengan komitmen dan semangat untuk memberikan hasil yang terbaik di tahun 2013.

DSP's development programs focus on both hard and soft skills. In 2012, DSP trained 18,000 employees and welcomed 10,014 new talents, while also seeking to nurture young talents through the launching of an internship program in early 2012, working in partnership with the Ministry of Manpower and Transmigration.

DSP welcomes 2013 to continue a number of initiatives in terms of products and services, human capital developments, and process enhancements.

In terms of products DSP plans to launch bancassurance and education savings, and has thus planned to open 47 new outlets in 2013.

Further, DSP is committed to have better Know Your Customer (KYC) implementation and risk management, as well as increasing efficiency by utilizing technology platform.

DSP would continue enhancing its People Development program. Through DSP 1000 Leaders program, DSP ensures the availability of capable leaders at the unit and mid-management levels as part of the organization's key drivers.

All the initiatives will be complemented by Danamon's value reinforcement to all of Danamon's employees, combining competence improvement with the commitment and spirit to deliver the best results in 2013.

CONSUMER BANKING

CONSUMER BANKING



Dengan bertambahnya layanan dan fasilitas pada tahun 2012, Danamon *Consumer Banking* terus berupaya untuk mengukuhkan identitasnya sebagai Penyedia Solusi Keuangan yang mendukung para nasabahnya untuk kini dan selamanya.

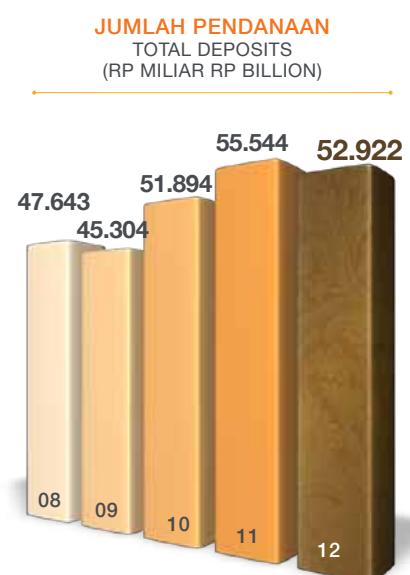
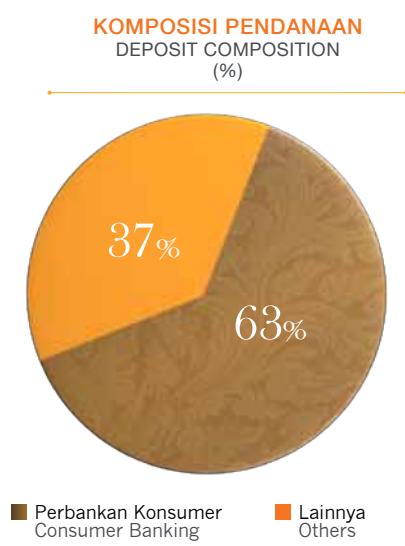
Offering new services and facilities in 2012, Danamon Consumer Banking continues to maintain its profile to provide lifetime financial support for its customers.

Danamon Consumer Banking hadir menjangkau nasabah individu melalui berbagai macam produk yang sesuai dengan kebutuhan keuangan nasabah dari segmen yang berbeda-beda (*mass*, *menengah*, dan *affluent*). Melalui produk yang lengkap, mulai dari tabungan, deposito, kartu kredit, pinjaman (baik perorangan maupun pembiayaan rumah), dan produk investasi dan *bancassurance*, Danamon senantiasa berupaya memenuhi kebutuhan nasabah.

Dengan komitmen untuk menyediakan layanan yang cepat, mudah, dan sederhana, Danamon *Consumer Banking* memberikan berbagai pilihan transaksi melalui 542 cabang, 1.467 ATM, dan 70 mesin CDM. Danamon juga memiliki layanan *mobile* dan *online banking* untuk nasabah yang membutuhkan kepraktisan lebih jauh. Ada pula fasilitas *e-statement* yang baru diperkenalkan dan mendapat tanggapan baik dari para nasabah. Danamon juga terus mengembangkan fitur *e-channel* untuk mendukung fasilitas *e-commerce*. Program hadiah langsung pun dapat dinikmati nasabah melalui fitur ATM interaktif. Untuk menanggapi semua pertanyaan atau keluhan nasabah, Danamon memiliki Danamon Access Center yang beroperasi 24 jam. Pusat pelayanan telepon ini dapat melayani pertanyaan terkait produk maupun memfasilitasi transaksi keuangan. Pada bulan Juni 2012, Danamon *Consumer Banking* meluncurkan *Mobile Branch* yang mampu memberikan layanan yang sama dengan kantor cabang penuh Danamon. Dengan *Mobile Branch*, Danamon dapat menjangkau lebih banyak nasabah di titik-titik strategis di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

Danamon Consumer Banking represents the Bank's presence in the individual market segment, offering a wide variety of products to meet the financial needs of the individuals from the different segments (*mass*, *middle*, *affluent*). The needs of the customers are addressed with the differentiated product offers ranging from savings, deposits, credit cards, loans (personal and mortgage), investments and *bancassurance* products.

Aiming to deliver fast, easy, and simple services, Danamon Consumer Banking offers the customers multiple options in conducting their transactions, with 542 branches, 1,467 ATMs, and 70 CDMs at their disposal. Mobile and online banking service are also available to serve the customers who are on the go. Customized e-statement facility was recently introduced and has received strong interest from customers. Continuos enhancement of the e-channels were also done, enabling the customers to access e-commerce facility and interactive ATM feature for instant rewards. Danamon's 24-hour call center, Danamon Access Center, is also on the standby to address any customers' enquiries or issues, and to provide them with yet another choice in platform to conduct financial transactions. Mobile Branch equipped with the services of a full fledge branch was added in June 2012, allowing us the mobility to serve customers at strategic locations in Greater Jakarta areas (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)



TINJAUAN BISNIS

Business Review

Bertekad untuk selalu menjadi yang terdepan, Danamon *Consumer Banking* senantiasa berupaya memberikan layanan dan produk baru. Pada tahun 2012, Danamon meluncurkan kartu debit hasil kerja sama dengan klub sepakbola terkenal dunia, Manchester United (MU). Danamon adalah penerbit eksklusif kartu debit/kredit MU di Indonesia. Dengan basis penggemar setia hingga 55 juta orang di Indonesia, kemitraan Danamon dan MU merupakan langkah penting dalam strategi ekspansi Danamon. Saat ini, Danamon telah memiliki 132 ribu pemegang kartu MU. Melalui program-program menarik seperti kesempatan berkunjung ke markas MU untuk menyaksikan secara langsung tim MU bertanding dan bertemu dengan para pemain legendaris MU (Andy Cole, Dwight Yorke, Edwin van der Sar, dan Gordon McQueen untuk tahun 2012), Danamon yakin jumlah pemegang kartu akan terus bertumbuh.

Pada bulan Juli 2012, Danamon meluncurkan kemitraan strategis dengan Manulife Indonesia. Dengan kemitraan ini, kini produk-produk asuransi jiwa dan *wealth management* Proteksi Prima Maxima, Proteksi Prima Rencana Flexi, dan Proteksi Prima Rencana dapat diakses di semua cabang Danamon. Danamon juga menjalin kerja sama dengan Manulife Aset Manajemen Indonesia untuk memasarkan lima produk reksadana.

Langkah penting lain yang dijalankan Danamon *Consumer Banking* pada tahun 2012 adalah menyediakan layanan pembayaran tiket perjalanan Garuda Indonesia secara *online*. Kini pembeli tiket dapat membayar melalui ATM dan Danamon Online Banking. Selanjutnya, memanfaatkan potensi grup Danamon, Danamon *Consumer Banking* mengembangkan lebih jauh sinergi dengan sumber daya dan layanan di unit-unit bisnis lain, antara lain DSP, Adira Finance, dan Adira Insurance.

Danamon *Consumer Banking* bercita-cita menjadi Penyedia Solusi Keuangan yang mendukung nasabahnya untuk kini dan selamanya, oleh karena itu berkomitmen membentuk serta merawat hubungan jangka panjang dengan semua nasabahnya. Untuk itu, di samping menawarkan rangkaian produk yang lengkap, Danamon *Consumer Banking* juga melakukan kampanye pelayanan nasabah agar memastikan bahwa pelayanan yang diberikan selalu ramah, cepat tanggap, dan informatif. Tema untuk tahun 2012 adalah "Customer First", yang menekankan pentingnya memiliki pandangan yang berorientasi nasabah. Untuk memotivasi *frontliner*, selain memberikan pelatihan dan menerapkan standar-standar kualitas yang baru, Danamon *Consumer Banking* memiliki program seperti *national service gathering* dan malam penghargaan. Pemantauan efektivitas pelayanan dilakukan melalui *customer engagement survey*. Skor 4.11 pada tahun 2012, dibandingkan 4.05 di tahun 2011, membuktikan peningkatan kualitas layanan.

Upaya Danamon *Consumer Banking* memastikan bahwa

To stay ahead of the competitors, Danamon Consumer Banking constantly continues to deliver new and unique products and services. In 2012, Danamon launched its debit/credit card in partnership with the world-renowned football club, Manchester United (MU). With the launch of the MU debit card, Danamon became the exclusive issuer of MU debit/credit cards in Indonesia. With an estimated loyal fan base of 55 million in Indonesia, it is easy to see why the MU partnership is seen as an important element in the Bank's expansion initiative. Currently, Danamon has already enrolled more than 132 thousand MU cardholders. Through activities such as visits to Manchester United headquarter to watch the team play, meet and greet events with legendary MU players (Andy Cole, Dwight Yorke, Edwin van der Sar and Gordon McQueen in 2012), Danamon is optimistic that the numbers will continue to grow.

The Bank launched new strategic partnership with Manulife Indonesia in July of 2012 offering life insurance wealth management products namely, Proteksi Prima Maxima, Proteksi Prima Rencana Flexi and Proteksi Prima Rencana, which are available at all Danamon Consumer Banking branches. Through a new partnership Manulife Aset Manajemen Indonesia, 5 new mutual fund products were also made available to the network.

Another strategic partnership forged in 2012 was online payment for travel with Garuda Indonesia. Garuda air-ticket buyers are now able to pay online through Danamon's ATMs and Danamon Online Banking. Recognizing the Danamon Group's diversity, Danamon Consumer Banking has also explored the possibilities of leveraging the resources, and services available at other line of business (DSP, Adira Finance, Adira Insurance) to generate new business opportunities.

Danamon Consumer Banking become The 'Lifetime Financial Support', therefore establishing and nurturing long-term relationships with all customers. As such, in addition to offering an all-encompassing product range, Danamon Consumer Banking has set a customer service campaign, to ensure friendly, responsive, and knowledgeable service. For 2012, the Division introduced its "Customer First" program, emphasizing the importance of maintaining customer-centric perspective. To motivate front liners, Danamon Consumer Banking also hosted a national service gathering and service awarding nights, in addition to intensive trainings and implementation of new standards. To measure service effectiveness, Danamon held a customer engagement survey. The result demonstrated improved performance, marking a 4.11 score in 2012 compared to 4.05 in 2011.

segmen ini senantiasa menjadi salah satu kontributor utama kinerja Danamon secara keseluruhan. CASA *Consumer Banking* menyumbang 63% dari total CASA Bank, sementara deposito berjangka menyumbang 53% dari total deposito berjangka. CASA bertumbuh ke Rp 27.228 miliar di tahun 2012, sementara kualitas aset membaik dengan tingkat kredit bermasalah 1,5% dari 2,5% di tahun 2011.

Danamon memiliki perhatian besar terhadap pertukaran gagasan dan pengalaman di industri perbankan ritel. Untuk itu, di awal 2012 Danamon menjadi tuan rumah Retail Banking Advisory Council Far East Series of Meetings di Jakarta. Acara satu hari tersebut menghadirkan presentasi dari para ahli perbankan ritel dan menjadi sarana membangun jejaring serta pembelajaran terhadap praktik-praktik terbaik perbankan ritel.

Ke depan, Danamon *Consumer Banking* akan terus berupaya memenuhi kebutuhan nasabahnya melalui produk dan fasilitas baru seperti SMS Banking. Danamon *Consumer Banking* juga akan melanjutkan fokus mengembangkan *alternative channel*, dan akan meluncurkan *digital branding* untuk segmen kartu kredit. Selain itu, fitur-fitur *online banking* dan *e-commerce* akan terus dikembangkan, dan perluasan jaringan akan terus dilakukan untuk memperkuat posisi Danamon di pasar perbankan.

The activities and efforts of Danamon Consumer Banking continue to confirm the business as one of the primary contributors to the Bank's overall performance. Savings and current accounts (CASA) contributed to 63% of Bank's total CASA, while time deposits contributed 53% of Bank's total time deposits. CASA grew to Rp 27,228 billion in 2012, while asset quality improved, with a non-performing loan (NPL) ratio at 1.5% from 2.5% in 2011.

Danamon supports the exchanging of ideas and experiences in retail banking. Early in 2012, Danamon hosted the Retail Banking Advisory Council Far East Series of Meetings in Jakarta. The one-day event featured presentations from experts in retail banking and served as opportunity to network and benchmark the best practices in retail banking.

Going forward, Danamon Consumer Banking will continue to fulfill the needs of its customers through new products and initiatives such as SMS banking, Danamon Consumer Banking will also focus on alternative channels and plans to launch digital branding for credit card category. Additionally, online banking and e-commerce features will be enhanced, and network expansion will be carried out to strengthen its market position.



PERBANKAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

SMALL & MEDIUM ENTERPRISE (SME) BANKING



Customer SME, Tanjaya

Perbankan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Danamon kembali memberikan pencapaian yang signifikan di tahun 2012, dengan pertumbuhan sebesar 25% pada pembiayaan dan 17% pada pendanaan.

Danamon Small and Medium Enterprise (SME) Banking continued to deliver significant results in 2012, with 25% loan growth and 17% funding growth

PERBANKAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

Small & Medium Enterprise (SME) Banking

Segmen bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia diakui sebagai segmen usaha yang tangguh dengan kinerja yang sangat baik dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu indikatornya adalah kemampuan pengembalian kredit yang tinggi, sehingga rasio kredit bermasalah (NPL) terjaga pada tingkat minimum. Dengan lebih dari 50 juta unit UKM di Indonesia, segmen UKM turut mendukung pertumbuhan PDB serta berperan menyerap tenaga kerja di berbagai daerah dan dengan demikian membantu mengurangi tingkat pengangguran.

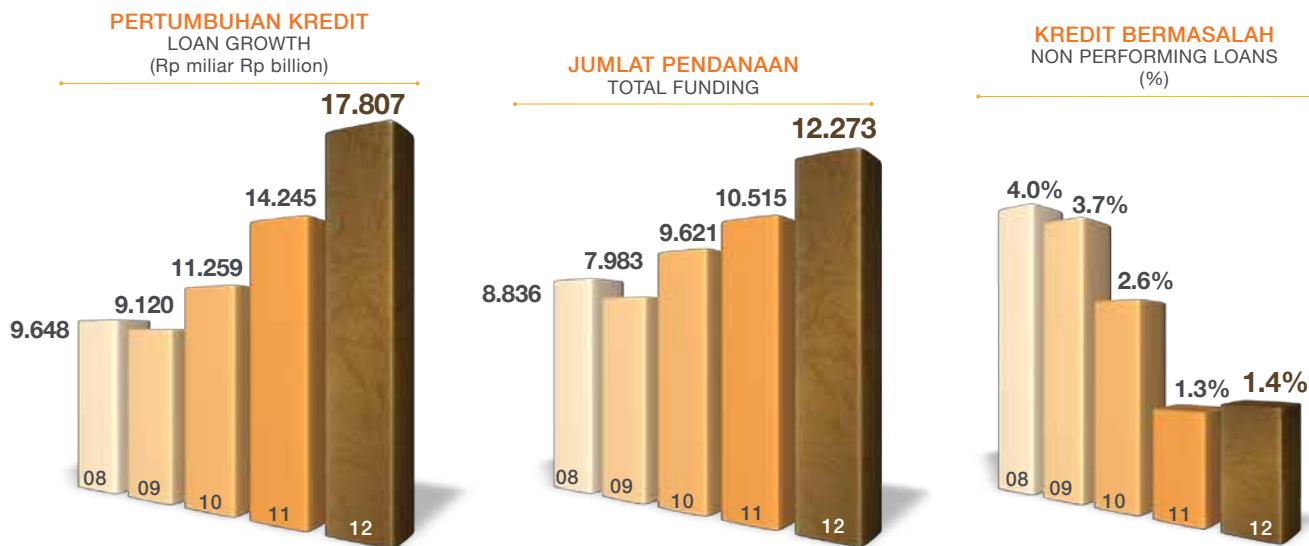
Melihat potensi dan kontribusi signifikan dari bisnis UKM, Perbankan UKM Danamon merasa bangga dapat membantu perkembangan unit-unit bisnis UKM, yaitu melalui penyediaan dukungan keuangan yang diperlukan.

Perbankan UKM tumbuh dengan cepat dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2012, dengan total 194 kantor cabang, pertumbuhan pembiayaan UKM Danamon mencapai 25% dari Rp 14.245 miliar di tahun 2011 ke Rp 17.807 miliar. Produk-produk Perbankan UKM Danamon yang menyumbang terhadap pertumbuhan ini adalah pinjaman investasi, pinjaman modal kerja, dan *asset based financing* (ABF). Dalam hal pendanaan, Perbankan UKM Danamon meraih total dana Rp 12.273 miliar untuk bisnis UKM atau mencapai pertumbuhan sebesar 17%. Didukung oleh pengelolaan risiko yang baik dan kerja sama tim yang kuat, rasio NPL terjaga di tingkat 1,4%. Sejalan dengan pertumbuhan finansial, Perbankan UKM Danamon juga memperluas basis nasabah. Pada tahun 2012, Perbankan UKM melayani 60.312 nasabah dari 54 sektor usaha.

The Small and Medium Enterprise (SME) business segment in Indonesia is acknowledged for its resiliency and remarkable performance over recent years, exhibiting strong payment ability that keeps non-performing loan ratio (NPL) to a minimum. With more than 50 million SME businesses throughout Indonesia, SME is recognized for its contribution to the country's GDP growth and for absorbing local manpower, thus contributing to reduce the rate of unemployment.

Acknowledging the potential and significant contribution of SME business, Danamon SME Banking is proud to be able to help SME businesses grow, by providing needed financial support.

SME banking has been growing rapidly over the past two years. In 2012, operating through a total of 194 SME branches, Danamon SME posted a notable 25% loan growth, rising from Rp 14,245 billion in 2011 to Rp 17,807 billion, attributed to Danamon SME Banking products including investment credit, working capital financing, and asset-based financing (ABF). In terms of funding, Danamon SME Banking raised a total of Rp 12,273 billion for SME businesses and achieved 17% growth over the year. Governed by prudent risk management and excellent teamwork, the NPL ratio was maintained at 1.4%. In line with financial growth, Danamon SME Banking also expanded its customer base. In 2012, SME Banking served 60,312 customers from 54 business sectors.



TINJAUAN BISNIS

Business Review

Hasil-hasil di atas tidak lepas dari inisiatif-inisiatif strategis yang diambil sepanjang tahun 2012. Di sisi ekspansi, Perbankan SME menambah dua wilayah pelayanan sehingga sampai dengan akhir tahun 2012 Perbankan SME dapat diakses di 13 wilayah yang didukung oleh 1.010 karyawan. Perbankan UKM membuka wilayah pendanaan yang pertama di Jakarta. Selain itu, untuk meningkatkan *fee based income*, Perbankan UKM juga menawarkan produk *bancassurance* kepada nasabah.

Inisiatif lain yang dilakukan adalah menata ulang cakupan Perbankan UKM. Pada tahun 2012, Perbankan UKM kembali berfokus pada segmen emerging SME, yakni unit-unit UKM dengan plafon kredit maksimal senilai Rp 3 miliar. Langkah ini membantu dan memposisikan pasar Perbankan UKM juga menciptakan proses pelayanan yang lebih efisien karena persetujuan kredit dapat dilakukan oleh para Kepala Cabang. Strategi ini terbukti memberikan hasil yang positif dengan pertumbuhan 48% pada portofolio kredit di segmen *emerging SME* dibandingkan 2011, selain juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan total pinjaman UKM.

The above results were backed by strategic initiatives taken in 2012. In terms of expansion, SME banking added two regions in 2012, so that by the end of the year, SME banking could be accessed in a total of 13 regions and through the efforts of 1,010 employees. Looking at liability acquisition, SME banking opened its first funding region, located in Jakarta. In addition to increase fee income, SME Banking also offered bancassurance product for its customers.

Another initiative was to redefine the coverage of SME banking. In 2012, SME banking has given more focus to "emerging SME's", defined as SME units qualifying for maximum credit of Rp 3 billion. This initiative assisted SME banking's market positioning, as well as creating more efficient processing, as Heads of branches are delegated the authority to approve the amount of credit for a given customer. This effort gave positive result where loan portfolio in this emerging SME grew 48% compare than 2011 and gave significant contribution for total growth of SME loans.

2012			
TIERING	NOD	PLAFOND (miliar/billion)	OUTSTANDING (miliar/billion)
Less than IDR 1 BIO	3,594	1,971	1,348
IDR 1 Bio - 2 Bio	1,586	2,410	1,719
IDR 2 Bio & Above	844	2,441	1,724
Total	6,024	6,822	4,792

Perbankan SME juga melakukan strategi khusus untuk memanfaatkan potensi bisnis *Financial Supply Chain* (FSC), yang dikembangkan dalam rangka mempercepat pertumbuhan bisnis. FSC secara komprehensif menyesuaikan solusi *cash management* untuk mendukung transaksi antara nasabah Wholesale dan UKM. Pada tahun 2012, Perbankan UKM menjalin sejumlah kerja sama baru dengan mitra-mitra terkemuka dari industri FMCG, otomotif, dan farmasi. Kerja sama ini memberikan momentum bagi Perbankan UKM untuk mendapatkan peluang melayani kebutuhan FSC dari nasabah Wholesale.

Sesuai dengan komitmen untuk memberikan solusi kepada nasabah UKM, Perbankan UKM Danamon juga bekerja sama dengan DSP untuk mengoptimalkan layanan 244 cabang DSP di Sumatera. Tujuannya adalah agar nasabah UKM dan mitra-mitra kerja mereka dapat melakukan sejumlah transaksi di setiap cabang DSP. Inisiatif untuk mengoptimalkan DSP juga dilakukan oleh Perbankan Konsumen dan Wholesale. Beberapa program dan implementasi awal telah dilakukan untuk mengembangkan layanan transaksi UKM di DSP, seperti promosi Grebek Pasar, layanan penjemputan pembayaran, dan layanan EDC keliling di area-area terpilih di Sumatera dan Jabodetabek. Pada tahun 2013, Perbankan UKM dan DSP akan terus mencari bentuk solusi yang terbaik untuk memberikan nilai tambah kepada nasabah apabila mereka melakukan transaksi di DSP. Inisiatif-inisiatif ini diharapkan mampu mengembangkan jangkauan nasabah, baik untuk Perbankan UKM, maupun DSP.

SME banking also did serious strategies to enter potential business of Financial Supply Chain (FSC) initiative that was developed to accelerate growth, by comprehensively tailored cash management solution to support transaction between Wholesale Customers and SME customers. In 2012 SME Banking recorded many cooperation agreement with reputable partners in FMCG, automotive, pharmaceutical sectors. The cooperation with all those partners gave momentum to SME Banking to get more acceptance from other Wholesale customers to serve their need in Financial Supply Chain.

Align with the spirit to give solutions for SME customers, Danamon SME Banking also worked together with DSP to leverage 244 DSP Branches in Sumatera, so that SME customers and its business partners can do certain banking transactions at every DSP Branches. This initiative to leverage DSP Branches is joined also by Retail Banking and Wholesale Banking. Several programs and pilot has been done to increase SME transactions at DSP such as promo Grebek Pasar, special cash pick up services and mobile EDC services has been applied in selected areas in Sumatera and Jabodetabek. In 2013, SME Banking and DSP will keep continuously to find better solution to give more value added to customer if they do transaction through DSP. Those initiatives are expected to bring customer base for SME and DSP.

HUBUNGAN DENGAN NASABAH

Untuk menjalin hubungan dengan nasabah, Perbankan UKM Danamon melakukan pendekatan *on site* dan *off site*. Di sisi *on site*, Perbankan UKM Danamon berinisiatif memberikan pelatihan kepada unit-unit UKM. Materi yang diberikan, antara lain pinjaman dan penagihan piutang, serta pengetahuan perbankan secara umum. Di sisi *off site*, dan dalam rangka mengikuti perkembangan media sosial, Perbankan UKM Danamon mengelola akun Facebook dan Twitter yang saat ini memiliki 7.000 fans dan diikuti oleh 3.000 orang.

Perbankan UKM juga berfokus pada pengembangan komunitas dengan mendukung situs UKM www.solusiusahaku.com. Selain itu, bekerja sama dengan sebuah penerbit, Perbankan UKM juga mendistribusikan majalah "Ide Bisnis" untuk para nasabah. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari upaya memberikan nilai tambah bagi para nasabah.

PENGEMBANGAN KARYAWAN

Dalam hal peningkatan kualitas sumber daya manusia, Perbankan UKM Danamon berfokus pada peluang pertumbuhan internal dan memberikan 6 batch pelatihan untuk program Management Trainee dengan total 7.495 hari pelatihan. Sejalan dengan ekspansi jaringan, sebanyak 70 *Relationship Officer* diangkat menjadi *Branch Manager* atau *Relationship Manager*, dan empat *Branch Manager* diangkat menjadi *Regional Heads*. Selain itu, sejumlah kegiatan seperti *Sales Convention*, dan distribusi Majalah Komunikasi Internal, juga dilakukan untuk menguatkan komitmen tim.

Ke depan, Perbankan UKM Danamon akan terus mengembangkan usahanya dan meningkatkan kualitas pelayanan serta melakukan lebih banyak *cross selling* untuk menumbuhkan *fee-based income*. Proyek optimalisasi DSP akan dilanjutkan dengan target implementasi di seluruh Indonesia. Upaya-upaya menjalin kerja sama dengan nasabah Wholesale untuk melayani kebutuhan FSC mereka akan dilanjutkan dengan lebih gencar. Melihat potensi yang besar, fokus pada *emerging SME* juga akan terus dikembangkan. Untuk mendukung proses persetujuan kredit Perbankan UKM tengah mengembangkan sistem *loan origination* yang komprehensif. Meneruskan upaya yang telah dilakukan selama ini, Perbankan UKM Danamon akan terus meningkatkan produktivitas dan layanan dalam rangka menjalin hubungan yang solid dengan semua nasabahnya.

CUSTOMER ENGAGEMENT

To further engage its customers, Danamon SME Banking implements both on-site and off-site community engagement. On-site, Danamon SME Banking held training sessions for SME units, with a syllabus targeting, among others, credit and collections, as well as providing general banking knowledge. Danamon SME Banking also extended training to SME units recommended by Bank Indonesia. Off-site, in keeping up with social media developments, Danamon SME Banking manages Facebook and Twitter accounts, currently with 7,000 fans and more than 3,000 followers, respectively.

SME Banking also initiated a focus on community development by supporting micro-site for SME such as www.solusiusahaku.com. In partnership with a publishing company, SME Banking also distributed "Ide Bisnis" magazine to customers in order to give more value added to SME customers.

HUMAN CAPITAL

To improve human capital quality, Danamon SME Banking emphasizes on internal growth opportunities, conducting a total of 6 batches training sessions for Management Trainee with total 7,495 man-days. Following network expansion, 70 Relationship Officers were promoted to Branch Managers or Relationship Managers, while four Branch Managers were promoted to Regional Heads.. In addition, a number of activities, such as Sales Conventions, Internal Communication Magazine were held to strengthen team commitment.

Going forward, Danamon SME Banking will continue to expand its business and improve its services, do more cross selling to increase fee base income. DSP leveraging project will be developed to a full rollout in all Indonesia. There will also be more aggressive efforts to tie cooperation with Wholesale customers in servicing their FSC needs. Focus on emerging SME's will be improved, as it has shown to have promising potentials. To support process of credit approval, SME banking is also in the process of developing end-to-end loan origination system. In addition, as in previous years, Danamon SME Banking will continue to improve its productivity and services, steadily building a stronger relationship with customers.

WHOLESALE BANKING

WHOLESALE BANKING



Berkomitmen mewujudkan pendekatan *full relationship banking*, Perbankan Wholesale Danamon menawarkan produk-produk lengkap yang sesuai dengan tahapan kebutuhan nasabah. Hasilnya kredit tumbuh 13%, sementara pendanaan meningkat 20%.

Committed to realizing a ‘full relationship banking’ approach, Danamon Wholesale banking offers a complete cycle of products to meet customers’ needs. Lending grew 13%, while funding grew 20%.

Perbankan Komersial dan Korporat Danamon mengalami perubahan signifikan di tahun 2012. Melanjutkan penataan ulang organisasi pada tahun 2011, di tahun 2012 Danamon melakukan implementasi inisiatif yang menyatukan perbankan komersial dan korporat di bawah payung Perbankan Wholesale. Keputusan strategis ini diambil agar Danamon dapat meraih peluang-peluang yang dihasilkan oleh penggabungan kedua unit tersebut. Dari segi organisasi, integrasi segmen komersial dan korporat menciptakan efisiensi dan efektivitas yang lebih besar serta membuat upaya-upaya koordinasi lebih mudah dan praktis. Langkah integrasi tersebut juga meningkatkan kapasitas Bank untuk mengakomodasi pertumbuhan nasabah komersial dan korporat yaitu dengan memberikan akses fleksibel terhadap layanan komersial dan korporat.

Dampak positif dari inisiatif di atas dapat dilihat dari pertumbuhan portofolio keseluruhan pada tahun 2012. Sektor perbankan non mikro bertumbuh kuat, dan sebaran portofolio Bank menjadi lebih merata. Berkomitmen menerapkan pendekatan *full relationship banking*, Perbankan Wholesale Danamon menawarkan produk-produk yang sesuai dengan berbagai tahap kebutuhan nasabah.

INISIATIF 2012

Tahun 2012 merupakan momentum bagi Perbankan Wholesale untuk secara penuh mengimplementasikan inisiatif yang telah dibangun sejak 2011. Selain beroperasi di bawah satu payung organisasi, Perbankan Wholesale juga berfokus pada pengembangan basis nasabah yang akan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis Danamon. Di tahun 2012, Perbankan Wholesale melayani lebih dari 8.400 nasabah di seluruh Indonesia baik untuk pendanaan maupun pembiayaan.

Pertumbuhan nasabah tidak hanya dicapai dari segi jumlah tetapi juga kualitas. Perbankan Wholesale Danamon berkomitmen menjalin hubungan jangka panjang dengan semua nasabahnya. Untuk itu, upaya-upaya yang dilakukan mencakup juga aspek-aspek di luar finansial. Sebagai bagian dari upaya penciptaan nilai, Perbankan Wholesale di tahun 2012 memberikan pelatihan kepada nasabah dengan materi-materi pelatihan non finansial, seperti sumber daya manusia, operasi, sistem bisnis, dan Teknologi Informasi (TI). Memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki, sebuah tim mandiri dan terpisah ditugaskan untuk secara langsung bertemu dengan nasabah dan mengembangkan keterampilan bisnis mereka. Sepanjang tahun 2012 total hari pelatihan yang diberikan adalah 408 *man days*, dan dilakukan untuk 9 nasabah.

Danamon's Commercial and Corporate Banking underwent fundamental changes in 2012. Following internal re-organization in previous year, in 2012 Danamon continued with the implementation of merging commercial with corporate banking, under "wholesale banking" umbrella. The strategic decision was taken to realize opportunities identified by the Bank by unifying the two units. In terms of organization, the integration allowed greater efficiency and effectiveness, making coordination efforts easier and more practical. This integration also improved the Bank's capacity to accommodate the growth of its commercial and corporate banking customers, by creating flexibility to access either commercial or corporate banking services.

The impact of the above initiative could be observed from overall portfolio growth in 2012, where the non-micro banking sector grew more robustly, and led to a more balanced portfolio. Committed to a 'full relationship banking' approach, Danamon Wholesale banking offers full cycle products that precisely meet customers' needs.

2012 INITIATIVES

The year 2012 served as the momentum for Wholesale Banking to fully carry out initiatives initially developed in 2011. Aside from operating under one organizational umbrella, Wholesale Banking also focused on developing customer base, which would certainly strengthen the Bank's business. In 2012, Wholesale Banking served more than 8,400 customers across the country both in lending and funding side.

Further, the growth of customer numbers was achieved not only in terms of quantity, but also in quality. Danamon Wholesale Banking is committed to nurture long-term relationships with customers, an effort which encompasses aspects beyond financial matters. As part of its value-creation efforts, Wholesale Banking in 2012 provided training for customers on non-financial topics, such as human capital, operations, business systems, and information technology (IT). Leveraging the knowledge that the Bank already possessed, independent dedicated teams were deployed to engage with customers, thus enhancing their business skills. Throughout the year, a total of 408 man-days of customer engagement was conducted, distributed among 9 customers.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Inisiatif penting lain pada tahun 2012 adalah penerapan *Financial Supply Chain* (FSC) yang juga dilakukan bersama direktorat lain di Bank. FSC bertujuan meningkatkan kualitas aset Bank sekaligus liabilitas dengan memaksimalkan peluang dari nasabah. Implementasi FSC antara lain berupa ajang pertemuan bisnis yang diadakan oleh Perbankan Wholesale Danamon sebagai platform berjejaring untuk nasabah serta memberikan kesempatan Perbankan Wholesale untuk mengidentifikasi peluang pasar. Secara internal, FSC menjadi sarana inisiatif yang terfokus dan terintegrasi, memastikan bahwa unit-unit bisnis Bank bekerja dengan sinergi, mencapai tujuan bersama.

KINERJA 2012

Ditahun 2012 pembiayaan tumbuh dengan kuat sebesar 13% sampai dengan akhir tahun yaitu naik dari Rp 22.528 miliar di 2011 ke Rp 25.400 miliar di 2012. Sementara itu, pendanaan bertumbuh ke Rp 24.321 miliar. Trade finance bertumbuh 54% ke Rp 6.853 miliar dari Rp. 4.439 miliar di tahun sebelumnya.

Sepanjang tahun tersebut, Perbankan Wholesale Danamon mengalami pemerataan sebaran bisnisnya. Setelah sebelumnya didominasi oleh nasabah-nasabah dari Jakarta, Perbankan Wholesale menyaksikan peningkatan signifikan dari wilayah-wilayah seperti Sumatera dan Surabaya. Dilihat dari segi sektor industri, Perbankan Wholesale hadir di 30 sektor industri dari pakan ternak hingga garmen, dari konstruksi ke media. Sebaran nasabah ini membentuk portofolio yang beragam, dan menunjukkan pengelolaan risiko yang sangat baik.

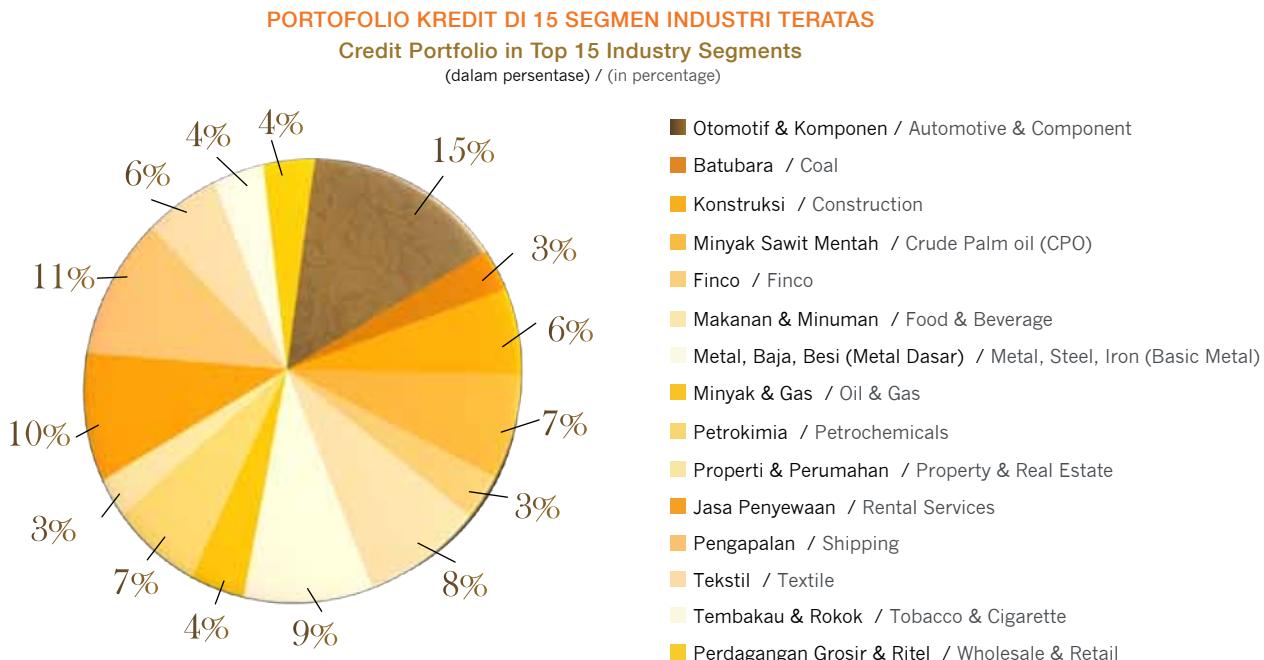
Another key initiative in 2012 was the application of a Financial Supply Chain (FSC), which was also initiated by several other directorates within the Bank. FSC aims to improve the Bank's asset quality as well as its liabilities, by optimizing opportunities from customers. A part of FSC implementation involved business events held by Danamon Wholesale Banking, which served as a networking platform for its customers, and for Wholesale Banking to identify market opportunities. Internally, FSC also became the vehicle for focused and integrated initiatives within the Bank, ensuring the line of businesses would work in synergy, toward a common goal.

2012 PERFORMANCE

In 2012, lending grew robustly and posted a total of 13% lending growth by the end of the year, up from Rp 22.528 billion in 2011 to Rp 25.400 billion in 2012, while funding grew to Rp 24.321 billion. Meanwhile, trade finance grew 54% to Rp 6.853 billion, compared to Rp 4.439 billion in the earlier year.

Throughout the year, Danamon's Wholesale Banking recognized an improved spread of distribution. Previously dominated by contributions from customers in Jakarta, Wholesale Banking saw significant yields funneling in from areas such as Sumatera and Surabaya. Sector-wise, Wholesale Banking was present in 30 sectors of industry, from animal feed to garments, from construction to media, a spread that contributed to a well-diversified portfolio and reflected strong risk management.





SUMBER DAYA MANUSIA

Danamon memiliki dedikasi tinggi terhadap pengembangan sumber daya manusia, dan berkomitmen untuk memberikan ruang pertumbuhan yang cukup untuk pegawai-pegawai yang dimilikinya. Di tahun 2012, Perbankan Wholesale berfokus mengembangkan pegawai internal. Sebanyak 19 karyawan diberikan peluang promosi, dari tingkat Relationship Manager hingga Business Manager. Secara total, terdapat 2.463 hari pelatihan yang dilakukan di tahun 2012. Untuk mendukung pertumbuhan bisnis, 2 batch program Management Trainee diadakan dengan total periode selama 10 minggu.

Ke depan, Perbankan Wholesale akan terus membangun dasar-dasar yang telah diletakkan pada tahun 2012 serta mengembangkan implementasinya. Inisiatif FSC akan ditingkatkan dengan pengembangan dukungan dalam hal infrastruktur TI untuk fitur transaksi dan rekonsiliasi. Pelatihan nasabah akan diteruskan dan ditargetkan dapat menjangkau lebih banyak nasabah pada tahun 2013. Selain itu, Perbankan Wholesale juga tengah mengembangkan sistem *loan origination* yang komprehensif untuk proses kerja yang efisien dan efektif.

HUMAN CAPITAL

Danamon is dedicated to the development of its human capital, and is committed to provide room for growth for its existing talent. In 2012, Wholesale Banking focused on developing internal talent, where a total of 19 talented individuals were given promotion opportunities, from Relationship Manager to Business Manager levels. A total of 2,463 training man-days were carried out in 2012. To accommodate business growth, 2 batches of Management Trainee program were conducted in the course of 10 weeks.

Going forward, Danamon Wholesale Banking will continue to build on the foundations laid out in 2012, and enhance their implementation. The FSC initiative will be improved, with additional developments in terms of IT infrastructure for transactions and reconciliation features. Training for customers will be continued, targeted to reach a wider audience in 2013. Wholesale Banking is also developing comprehensive loan origination system, for faster and more efficient processing.

PERBANKAN SYARIAH

SYARIAH BANKING (ISLAMIC BANKING)



Dengan tujuan memperluas jangkauan nasabah, Danamon Syariah melakukan ekspansi signifikan pada tahun 2012 dengan menambah 95 cabang syariah baru. Secara keseluruhan, kinerja usaha menunjukkan perkembangan yang baik dengan 55% kenaikan pembiayaan dan 49% kenaikan aset.

Aiming to reach a broader customer spectrum, Danamon Syariah significantly expanded its physical presence in 2012, by opening 95 dedicated branches. Meanwhile, overall financial performance remained strong, with 55% growth in financing and 49% growth in assets.

Tahun 2012 menandai sepuluh tahun Danamon Syariah beroperasi. Dalam satu dekade pertamanya ini, Danamon Syariah telah menjadi bagian penting dan unggul dari pertumbuhan Danamon, yang lebih jauh lagi ditunjang melalui inisiatif baru di 2012 serta implementasi inisiatif yang telah berjalan sejak 2011.

Total pembiayaan yang disalurkan Danamon Syariah bertumbuh mengesankan sepanjang 2012 dan naik 55% hingga Rp 1,5 triliun. Segmen usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi penyumbang utama portofolio pendanaan. Pertumbuhan aset pun tidak kalah pesat dengan kenaikan 49% dari Rp 1,4 triliun ke Rp 2 triliun serta lebih tinggi dari pertumbuhan industri sebesar 35%. Tingkat kredit bermasalah pun berhasil dijaga di tingkat 2,4%. Sementara itu, dana pihak ketiga naik 44% ke Rp 1,3 triliun dan rasio CASA bertumbuh dari 35% ke 48%.

Keberhasilan Danamon Syariah juga didukung oleh keberadaan Danamon Syariah di pasar yang semakin signifikan. Di tahun 2012, Danamon Syariah membuka 95 kantor cabang baru dan 41 kantor layanan syariah. Dengan demikian, di akhir tahun 2012 Danamon Syariah mengoperasikan 160 cabang dan 178 kantor layanan syariah di seluruh Indonesia. Langkah ekspansi yang signifikan ini menggambarkan komitmen besar Danamon untuk mengembangkan usaha syariah.

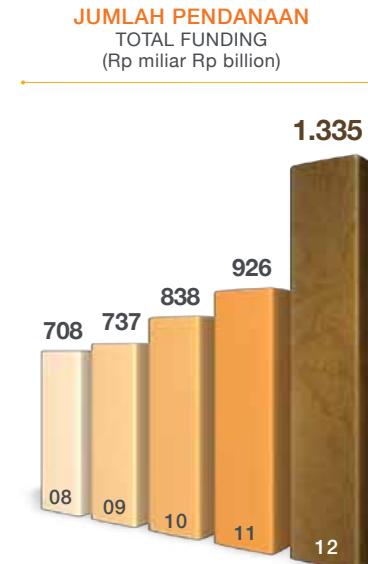
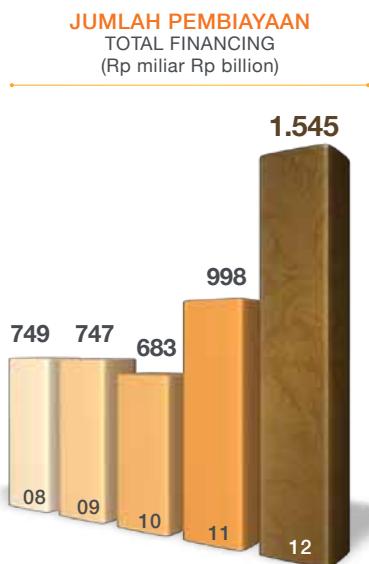
Solusi Emas Murni adalah produk baru Danamon Syariah yang diluncurkan pada tahun 2012 dan ditujukan untuk segmen *mass market*. Solusi Emas Murni memfasilitasi kepemilikan emas nasabah yang bisa digunakan sebagai tabungan maupun investasi. Danamon Syariah adalah salah satu bank pertama yang hadir dengan produk ini,

2012 marked the tenth year of Danamon Syariah. In its first decade of operation, Danamon Syariah has been a remarkably successful part of overall growth, propelled by new initiatives in 2012 as well as ongoing implementation of successful 2011 efforts.

Total Danamon Syariah financing showed solid and excellent progress during 2012, grew by 51% to Rp 1.5 trillion, with a strong portfolio in the Small and Medium Enterprise (SME) segment. Asset growth has also been superior, with 49% growth rising from Rp 1.4 trillion to Rp 2 trillion – higher than industry growth of 35%. Danamon Syariah also successfully maintained its Non Performing Financing (NPF) ratio to total financing at 2.4%. Third party funds grew 44% to Rp 1.3 trillion, and current and savings account (CASA) ratio increased from 35% to 48%.

The success of Danamon Syariah was also certified by a more prominent profile in the market. In 2012, Danamon Syariah opened 95 new Syariah branches and 41 office channeling branches. By the end of 2012, there were a total of 160 branches and 178 office channeling across Indonesia – a significant expansion that reflected Danamon's commitment to further develop its Syariah business.

In 2012 Danamon Syariah launched its gold ownership product, 'Solusi Emas Murni' for the mass-market segment. This program enables customers to purchase gold for savings or investments, with financing through Danamon Syariah. Danamon Syariah was one of the first banks to offer this product, available through



TINJAUAN BISNIS

Business Review



yang bisa didapatkan di 150 cabang Syariah. Solusi Emas Murni yang kian melengkapi keunggulan Danamon Syariah segera mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

Disamping mengembangkan produk-produk Solusi Emas Danamon Syariah juga memiliki fokus pada pendanaan koperasi karyawan dan produk wholesale melalui layanan Trade Finance, Asset Based Financing (ABF) dan Cash Management. Untuk *cash management*, Danamon meningkatkan layanannya melalui penandatanganan Nota Kesepahaman dengan empat Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), sebagai langkah awal menuju terbentuknya APEX BPRS. Komitmen Danamon Syariah untuk selalu memberikan layanan yang lebih baik akan semakin terwujud melalui kerja sama layanan cash management dan layanan perbankan elektronik.

150 of its Syariah network branches. Solusi Emas Murni immediately attracted customers and further complemented the business of Danamon Syariah.

Apart from focusing on developing Solusi Emas Syariah (SES) products, Danamon Syariah also maintained its focus on employee co-operative financing and wholesale products, namely Trade Finance and Asset Based-Financing (ABF) and Cash Management. For cash management, Danamon Syariah leveraged its service through the signing of a Memorandum of Understanding with Syariah rural banks (BPRS) as an initial step toward APEX BPRS. Through the partnership of a cash management services and electronic channel, Danamon Syariah aims to deliver better service to its customers.

Dengan kian berkembangnya pangsa pasar bisnis syariah, produk Danamon Syariah lain yaitu Tabungan Danamon Syariah iB, Giro Danamon Syariah iB, Deposito Danamon Syariah iB, dan Deposito Harian Danamon Syariah iB, turut menunjukkan kinerja yang positif. Menyelaraskan diri dengan kebutuhan penting para nasabah muslim, Danamon Syariah juga menyediakan produk Tabungan Haji Danamon Syariah iB yang memfasilitasi perjalanan ibadah haji melalui perencanaan perjalanan yang fleksibel berdasarkan periode waktu dan disesuaikan dengan kemampuan nasabah.

Semua kegiatan Danamon Syariah berjalan dengan dukungan para karyawan yang memiliki komitmen serta dedikasi tinggi. Danamon Syariah pun memiliki komitmen penuh untuk mengembangkan bakat-bakat dan pemimpin terbaik di bidang perbankan syariah.

Prestasi Danamon Syariah yang memuaskan sepanjang tahun 2012 telah mendatangkan berbagai penghargaan. Diantaranya Danamon Syariah memperoleh penghargaan “Operational Excellence Award” dari SSCX pada November. Penghargaan ini diikuti oleh penghargaan Digital Brand Award of the Year 2012 untuk kategori “Tabungan Syariah and Syariah Business Unit” dari Infobank pada bulan Desember.

Ke depan, Danamon Syariah akan meneruskan memberikan layanan dan menawarkan produk yang kompetitif serta akan terus mempertahankan sekaligus meningkatkan kinerja pelayanan dan fitur produk.

As Syariah business continues to secure a broader market share, other Danamon Syariah products, namely Tabungan Danamon Syariah iB, Giro Danamon Syariah iB Deposito Danamon Syariah iB and Deposito Harian Danamon Syariah iB continued to perform soundly in the market. Another product fulfilling a fundamental need for Muslims is Tabungan Haji Danamon Syariah iB, which facilitates Haj pilgrimage to conduct a well planned Haj/Pilgrimage based on the choice of time frame and capability.

Danamon Syariah conducts its activities with the support of committed and dedicated employees. In turn, Danamon Syariah is also committed to develop the best Syariah banking talent and future leaders.

Danamon Syariah solid performance throughout 2012 has earned it several awards. Danamon Syariah was announced as the winner of an “Operational Excellence Award” from SSCX in November, followed by Info Bank Digital Brand Award of the Year 2012 for “Tabungan Syariah and Syariah Business Unit” category in December.

Going forward, Danamon Syariah plans to continue to provide products and services that are competitive in the market, while at the same time, sustaining and upgrading the performance of existing products and services.

TRESURI, PASAR MODAL DAN LEMBAGA KEUANGAN

TREASURY, CAPITAL MARKETS AND FINANCIAL INSTITUTIONS



Keberhasilan Treasury, Capital Markets, dan Financial Institutions yang memiliki fungsi utama sebagai penyedia pendanaan yang terdiversifikasi dengan biaya efisien dan memastikan posisi likuiditas yang kuat setiap saat telah menghasilkan pertumbuhan kredit Danamon sebesar 14% di tahun 2012.

Treasury, Capital Markets, and Financial Institutions key function has been to obtain diversified funding at efficient cost and ensure a strong liquidity position at all times, enabling the Bank's 14% loan growth in 2012.

Tresuri, Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (TCM & FI) Danamon utamanya bertanggung jawab memelihara likuiditas dan mengelola neraca Bank untuk memastikan tersedianya pendanaan yang efisien guna mendukung pertumbuhan usaha. Selain itu, TCM & FI juga secara aktif mengevaluasi berbagai alternatif pendanaan profesional, seperti penjualan aset, sekuritisasi, repo dan pinjaman bilateral guna mendukung pertumbuhan kredit Danamon.

Termasuk di dalam Direktorat TCM & FI adalah tim ekonom Danamon. Tim terdiri dari para ekonom berpengalaman yang memiliki reputasi dibidangnya masing-masing. Tim ekonom Danamon berkontribusi memberikan informasi, analisis dan pandangan makro ekonomi. Pengamatan yang mendalam dan nasihat-nasihat ahli dari tim ekonom tidak hanya bermanfaat untuk manajemen Danamon, tetapi juga untuk nasabah serta masyarakat industri keuangan pada umumnya.

Di luar tanggung jawab utamanya, TCM & FI juga menawarkan berbagai produk tresuri untuk memenuhi kebutuhan para nasabah korporasi dan individual serta memanfaatkan peluang di pasar melalui aktivitas *trading* yang terkendali. Produk yang ditawarkan oleh Unit Sales TCM memungkinkan nasabah melindungi diri terhadap risiko mata uang asing, pergerakan suku bunga dan risiko pasar lainnya. Untuk mendukung Unit Sales TCM, tim TCM Trading terlibat untuk melakukan transaksi dengan pasar interbank sehingga Danamon dapat menawarkan harga yang paling kompetitif kepada para nasabahnya.

Sementara itu, unit FI dibentuk untuk mendukung layanan Danamon kepada sektor perbankan, perusahaan sekuritas, manajer investasi, dana pensiun, perusahaan asuransi, lembaga non pemerintah serta institusi keuangan non bank lainnya. Unit FI menawarkan layanan perbankan seperti *cash management*, *trade*, kustodi, produk tresuri dan pinjaman, serta berperan penting dalam meningkatkan pendanaan wholesale dan profesional bagi Danamon.

Treasury, Capital Markets and Financial Institutions (TCM & FI) serve primarily to maintain the Bank's liquidity, while overseeing the balance sheet, thus facilitating the efficient and economic funding necessary to support business growth. In addition, TCM & FI actively evaluate funding alternatives, sourcing from professional markets such as assets sales, securitization, repo and bilateral loans to support the Bank's loan growth.

Also included within the TCM & FI Directorate is the Bank's team of economists. The team consists of seasoned, widely respected experts in their respective fields, who are trained to provide valuable insights and observations of macro economic trends. The team's keen perspective and intelligent counsel benefit not only Danamon management, but also helps customers and the financial industry in general.

Aside from its principal responsibilities, TCM & FI also offers a wide range of treasury products for corporate and individual customers, while taking advantage of market opportunities through controlled trading activities. The products and services offered by TCM Sales Unit enable protection for customers against risks of foreign exchange, interest rate fluctuations, and other market risks. To complement the TCM Sales Unit, the TCM Trading Team is engaged with dealing on interbank markets, thus securing the most competitive prices for Danamon customers.

Meanwhile, FI unit is established to support Danamon's services to banks, Securities companies, Fund Managers, pension funds, insurance companies, Non Governmental Organization as well as other non-bank financial institutions. The FI unit offers cash management, trade, custody, treasury products and loans, among other products, and plays an important role in providing wholesale & Professional funding for Danamon.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Di tahun 2012, Direktorat TCM & FI berhasil melaksanakan penerbitan obligasi untuk Adira senilai Rp 3,5 triliun dan kredit perbankan senilai Rp 12,2 triliun. Peningkatan bersih pada pendanaan profesional Adira setelah pembayaran kredit yang jatuh tempo adalah Rp 7,3 triliun.

Penerapan dari pengelolaan likuiditas yang baik selama tahun 2012 telah berhasil melanjutkan momentum pertumbuhan kredit Danamon yang meraih pertumbuhan (konsolidasi) sebesar 14% di akhir tahun.

Proses *Fund Transfer Pricing* yang dinamis telah meningkatkan kapasitas Danamon untuk merefleksikan biaya pendanaan marjinal dan menyediakan informasi yang relevan yang digunakan oleh unit-unit usaha Danamon untuk membuat keputusan mengenai harga bagi nasabah.

Direktorat TCM & FI senantiasa berusaha meningkatkan kontribusinya kepada Danamon. Untuk itu, Direktorat TCM & FI telah melakukan upaya-upaya berkelanjutan di bidang pengembangan organisasi dan pelatihan staf dan peningkatan infrastruktur termasuk di 2012. Kemampuan kontrol dan pengelolaan risiko juga diperkuat untuk memberikan layanan yang lebih baik.

Memasuki tahun 2013, TCM & FI akan terus mempertahankan pengelolaan likuiditas yang berhati-hati untuk mendukung pertumbuhan usaha. TCM & FI akan melanjutkan evaluasi sistem baru untuk mengelola neraca perusahaan, sejalan dengan upaya TCM & FI untuk mempertahankan kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap kemampuan Danamon dalam menghadapi setiap potensi krisis di pasar.

In 2012, TCM & FI Directorate oversaw Adira's successful bonds issuance, securing a total amount of Rp 3.5 trillion and bank's loans totaling Rp 12.2 trillion. The net increase in Adira's professional funding – after repayment of matured loans during the year- was Rp 7.3 trillion.

Robust implementation of liquidity management efforts throughout 2012 have allowed Danamon to sustain loan growth momentum, which registered a 14% growth (consolidated) in customer loans by the end of the year.

A dynamic Fund Transfer Pricing process improved the Bank's capacity to reflect the marginal cost of funds and providing relevant information used in the pricing decisions for the different LOBs.

TCM & FI Directorate continuously strives to improve its contribution to the Bank. Organizational development, personnel training, and infrastructure enhancement are the ongoing efforts implemented by the Directorate, including in 2012. Control and risk management capabilities were also improved in order to provide better service to the Bank.

Moving forward to 2013, TCM & FI will continue to maintain a prudent liquidity management, thus supporting business growth. The Directorate will continue to evaluate new systems for managing the Balance Sheet in 2013, as TCM & FI works to gain and secure the trust of its stakeholders, as well as to increase its capacity to dealing with any market crisis as it arises.

TRANSACTION BANKING (TRADE FINANCE & CASH MANAGEMENT)

TRANSACTION BANKING (TRADE FINANCE & CASH MANAGEMENT)



Melalui peningkatan yang berkelanjutan atas sistem dan layanan di tahun 2012, *trade financing* tumbuh signifikan sebesar 54% menjadi Rp 6.843 miliar dan dana Giro dari kegiatan *cash management* juga tumbuh sebesar 22% menjadi Rp 15.854 miliar dari tahun sebelumnya.

Through continuous system and services enhancement in 2012, trade financing grew significantly by 54% to Rp 6,843 billion and Current accounts generated by cash management activities also grew by 22% to Rp 15,854 billion from previous year.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Melalui solusi *trade finance* dan *cash management*, Danamon telah membuktikan komitmennya untuk menyediakan layanan yang unggul kepada nasabah-nasabah non individu. Saat ini Danamon merupakan salah satu Bank yang paling aktif memberikan layanan *trade finance* di Indonesia. Didukung oleh tim yang berpengalaman, Danamon mengelola jaringan *trade finance* di kota-kota besar Indonesia serta memiliki kemitraan dengan lebih dari 100 bank di 88 negara di seluruh dunia.

Sebagai Bank terdepan dalam mendukung kegiatan *trade finance* di Indonesia, Danamon terus melanjutkan upayanya untuk meningkatkan kualitas layanan. Di tahun 2012, selain menjaga jalannya operasional Trade Service Point at Port (TSPP) di pelabuhan strategis Indonesia yakni Jakarta dan Makassar, Danamon juga membuka titik layanan baru di Tanjung Perak, Surabaya. TSPP menawarkan berbagai layanan ekspor dan impor dalam satu atap sehingga Danamon dapat mendukung para nasabah dengan efektif dan efisien. Layanan yang ditawarkan di lokasi TSPP Danamon meliputi layanan Pembayaran Pajak Impor dan Ekspor serta juga layanan B/L endorsement.

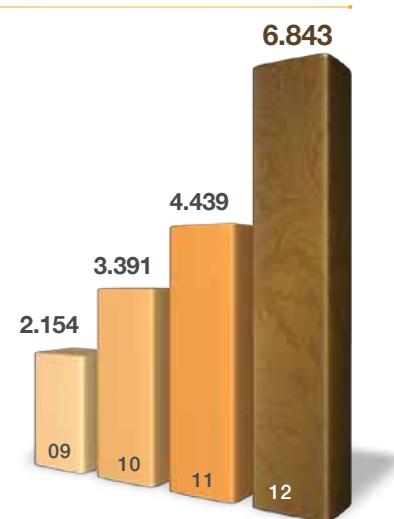
Layanan *trade finance* Danamon yang berkualitas juga berhasil meraih penghargaan internasional di tahun 2012 termasuk penghargaan "Best Trade Finance Bank in Indonesia" dari Majalah Trade Internasional, Global Finance, untuk kedelapan kalinya berturut-turut sejak tahun 2005 dan dari Global Trade Review Magazine untuk kedua kalinya.

Through trade finance and cash management solutions, Danamon delivers on its commitment to provide sophisticated services to non-individual customers. Today, Danamon is one of the most active banks in trade finance in Indonesia. Together with its skilled and experienced team, Danamon operates a trade finance network in major cities in Indonesia, and has linked a global partnership with more than 100 banks from 88 countries.

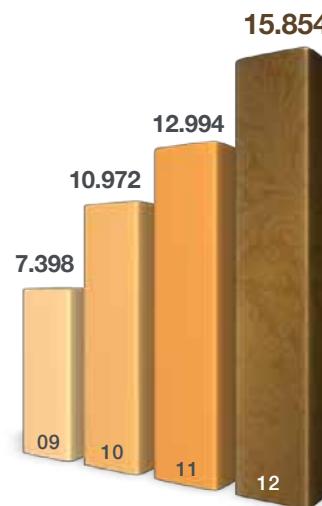
As the leading Bank supporting trade finance activities in Indonesia, Danamon continuously strives to improve its services. In 2012, aside from maintaining the operation of Trade Service Points at Ports (TSPP) in Indonesia's strategic Jakarta and Makassar seaports, Danamon added another TSPP at Tanjung Perak port, Surabaya. TSPP enables integrated access to a wide range of export and import services, through which Danamon is able to support its trade customers effectively and efficiently. B/L endorsement and Import and Export Tax Payments are among the services available in all TSPP.

Danamon's quality trade finance service received international recognition. In 2012, Danamon received awards from prestigious institutions including "Best Trade Finance Bank in Indonesia" from the International Trade magazine, Global Finance, for eight consecutive years since 2005, and from Global Trade Review Magazine for the second time in a row.

TRADE FINANCING
TRADE FINANCING
(Rp miliar Rp billion)



GIRO
CURRENT ACCOUNT
(Rp miliar Rp billion)



TRANSACTION BANKING (TRADE FINANCE & CASH MANAGEMENT)

Transaction Banking (Trade Finance & Cash Management)

Untuk layanan Cash Management, Danamon terus mengembangkan solusi-solusi unggulan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah serta proses otomatisasi dengan akses yang mudah sehingga para nasabah dapat menikmati perputaran arus kas dan pengelolaan likuiditas yang lebih efektif.

Danamon terus berkomitmen dalam memberikan solusi Cash Management yang unggul untuk diwujudkan dan di tahun 2012 modul *Financial Supply Chain* (FSC) pada sistem cash@work telah berhasil dikembangkan. Layanan FSC memberikan kepastian proses pembayaran yang lebih baik, praktis dan hemat waktu, baik dari sisi dokumentasi, proses maupun pemantauan pembayaran.

Fitur cash@work juga sudah ditingkatkan sehingga saat ini nasabah dapat menghubungkan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) nasabah secara langsung dengan sistem cash@work. Melalui layanan baru yang dinamakan *ERP Direct Payment*, nasabah dapat melakukan pembayaran langsung ke sistem cash@work melalui ERP dan dengan demikian menghemat waktu serta mengurangi kesalahan secara signifikan.

Untuk mempererat hubungan dengan nasabah yang ada maupun para calon nasabah, sepanjang tahun 2012 Danamon telah menyelenggarakan berbagai acara *customer gathering* di beberapa kota besar di Sumatera, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, Kalimantan, Sulawesi, hingga Papua. Acara ini bertujuan membina hubungan yang lebih baik lagi dengan para nasabah serta menjadi peluang untuk mengenalkan produk dan layanan Trade Finance dan Cash Management kepada khalayak yang lebih luas.

Upaya-upaya di atas memberikan hasil yang luar biasa. Di akhir tahun 2012, total *trade financing* tumbuh signifikan sebesar 54% menjadi Rp 6.843 miliar dari Rp 4.439 miliar di tahun sebelumnya. Dana giro dari kegiatan *cash management* juga tumbuh sebesar 22% menjadi Rp 15.854 miliar dari sebesar Rp 12.994 miliar di tahun sebelumnya.

Ke depan, Danamon akan terus mengembangkan produk dan layanan *trade finance* dan *cash management* baru. Di antara inisiatif baru yang akan diluncurkan adalah layanan *trade* untuk perbankan Syariah, solusi supply chain baru, meningkatkan pelayanan TSPP di pelabuhan-pelabuhan penting di seluruh Indonesia dan *Trade Commodity Financing*.

For its Cash Management Service, Danamon continues to emphasize customized solutions and automated processing with easy access, allowing customers to enjoy a more effective cash flow and liquidity management.

Danamon is committed to providing distinguished Cash Management solutions and in 2012 developed new Financial Supply Chain (FSC) module in cash@work system, a Danamon's electronic banking service. FSC confirms payment processes, ensure practical processes with time saving, in terms of documentation, handling and monitoring.

Following the recent enhancement of cash@work, customers are now able to link their Enterprise Resource Planning (ERP) system to cash@work seamlessly. The newly launched feature, called ERP Direct Payment, enables customers to initiate payment directly through cash@work and therefore warrants time efficiency as well as significantly curbs human-errors.

To strengthen its relationships with existing and prospective customers, Danamon held various training sessions and customer gathering events throughout 2012, in major cities of Sumatra, East Java, West Java, Central Java, Kalimantan, Sulawesi, and Papua. The round of events aimed to foster relationships with customers, and served as an opportunity to introduce Trade Finance and Cash Management products and services to wider audience.

The efforts have resulted in substantial achievements. By the end of 2012, total trade financing grew considerably by 54% to Rp 6,843 billion from Rp 4,439 billion the previous year. Current accounts generated by cash management activities also grew by 22% to Rp 15,854 billion from Rp 12,994 billion the previous year.

Looking forward, Danamon will continue developing new trade finance and cash management product and services. Among the initiatives are introducing trade services for Syariah Banking, creating new supply chain solutions, continuing TSPP services in leading ports across the country, and Trade Commodity Financing.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

BISNIS ANAK PERUSAHAAN

SUBSIDIARY BUSINESSES



ADIRA FINANCE, ADIRA INSURANCE, DAN ADIRA KREDIT TURUT BERPERAN BESAR MENINGKATKAN KINERJA DANAMON DENGAN BASIS KONSUMEN YANG LUAS DAN PERKEMBANGAN USAHA YANG KUAT.

ADIRA FINANCE, ADIRA INSURANCE, AND ADIRA KREDIT, PLAY IMPORTANT ROLES IN BOOSTING DANAMON'S GROWTH WITH THEIR WIDE CONSUMER BASE AND STRONG BUSINESS PERFORMANCE.

Anak-anak perusahaan Danamon menunjukkan pertumbuhan usaha yang kuat di bidangnya masing-masing dan pada akhirnya turut berkontribusi pada keberhasilan Danamon. Meski terdapat tantangan, Adira Finance, Adira Insurance, dan Adira Kredit masing-masing merealisasikan 10% pertumbuhan pembiayaan, 7% pertumbuhan NPAT, dan membukukan lebih dari Rp 2 triliun pembiayaan.

TANTANGAN USAHA

Industri pembiayaan menghadapi beberapa tantangan di tahun 2012. Salah satu yang paling utama adalah adanya peraturan uang muka untuk bisnis pembiayaan kepemilikan motor dan mobil. Peraturan tersebut secara langsung mempengaruhi bisnis Adira Finance, khususnya segmen pembiayaan motor. Adira Insurance, turut merasakan dampaknya, selain juga menghadapi tantangan berupa penyesuaian terhadap standar akuntansi baru dan peningkatan klaim. Sementara itu, Adira Kredit berfokus pada upaya-upaya efisiensi dan peningkatan kualitas manajemen risiko.

STRATEGI 2012

Untuk mengatasi tantangan-tantangan di atas, Adira Finance, Adira Insurance, dan Adira Kredit mengimplementasikan inisiatif untuk memperkuat kehadiran di pasar, antara lain pembukaan cabang, pengembangan produk, dan peningkatan kualitas layanan.

Each of Danamon's subsidiary showed strong business growth in their respective fields, and ultimately contributed to Danamon's achievements. Despite challenges, Adira Finance, Adira Insurance and Adira Kredit delivered 10% financing growth, 7% growth of NPAT, and more than Rp 2 trillion financing, respectively.

BUSINESS CHALLENGES

The financing industry faced a number of challenges in 2012. One of the most notable was down-payment regulation for motorcycle and car financing ownership, which directly affected the business of Adira Finance, in particular in the motorcycle segment. Adira Insurance was also affected by the regulation, in addition to new financial reporting standards and claim upsurge. Meanwhile, Adira Kredit focused on efficiency efforts and risk management improvement.

2012 STRATEGY

To overcome the above challenges, Adira Finance, Adira Insurance, and Adira Kredit implemented initiatives to strengthen market presence, including branch openings, product development and service improvement.

TINJAUAN BISNIS

Business Review



ADIRA FINANCE

Menjangkau lebih banyak konsumen hingga lebih dari 3,7 juta di seluruh Indonesia.

Expanding customers to over 3.7 million throughout Indonesia.

PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk., atau Adira Finance, didirikan pada tahun 1990 dan sejak awal telah berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang terbaik dan terkemuka di sektor pembiayaan otomotif. Saat ini, Adira Finance telah berhasil menjadi perusahaan pembiayaan otomotif terbesar di Indonesia berdasarkan pencapaian pendapatan bersih, pembiayaan baru, dan total aset yang dikelola.

Didukung oleh lebih dari 28.000 karyawan dan 698 jaringan yang tersebar di berbagai kota Indonesia, Adira Finance telah mengukuhkan diri sebagai salah satu perusahaan pembiayaan kendaraan terdepan di Indonesia. Bekerja sama dengan lebih dari 10.000 dealer otomotif, Adira Finance melayani lebih dari 3,7 juta konsumen. Saat ini, Adira Finance memiliki pangsa pasar 15,7% untuk motor baru dan 5,7% untuk mobil baru.

Danamon adalah pemegang saham mayoritas dari Adira Finance dengan kepemilikan saham 95% per Desember 2012.

PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk., also known as Adira Finance, was established in 1990, with a strong determination from the outset to become the best and most reliable company in the automotive financing sector. Adira Finance has in fact become the largest automotive finance company in Indonesia based on the volume of its achievements in terms of net income, new financing and total managed assets.

With the support of more than 28,000 employees and 698 business networks spread across various cities in Indonesia, Adira Finance has established itself as one of the leading motor vehicle consumer financing companies in Indonesia. In partnership with more than 10,000 automotive dealers in Indonesia, Adira Finance is serving over 3.7 million customers, maintaining market shares at 15.7% for new motorcycle and 5.7% for new cars.

Danamon is the majority owner of Adira Finance, with a 95% share ownership, as of December 2012.

Industri otomotif Indonesia mengalami perubahan signifikan pada paruh kedua tahun 2012. Pemerintah menerbitkan peraturan baru mengenai minimum *down payment* kendaraan motor dan mobil, masing-masing sebesar 20% dan 20%-25%, juga menerbitkan kebijakan mengenai penjaminan fidusia. Meskipun peraturan di atas berlaku untuk segmen motor dan mobil, namun pengaruhnya amat terasa khususnya pada konsumen motor, yang lebih rentan terhadap perubahan-perubahan kebijakan keuangan. Sementara itu, harga-harga komoditas melemah yang mengakibatkan menurunnya alokasi belanja para konsumen Indonesia terutama yang berada di luar Jawa. Pada akhir 2012, angka penjualan motor baru terkoreksi 11% ke angka 7,1 juta unit. Meski begitu, secara keseluruhan penjualan mobil baru justru naik 24,8% dari 894 ribu unit menjadi 1,2 juta unit dan dengan demikian memenuhi target penjualan yang diperkirakan oleh Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO).

Situasi di atas tak pelak mempengaruhi bisnis pembiayaan motor Adira Finance. Di tengah tantangan itu, Adira Finance mencapai 10% pertumbuhan pembiayaan ke Rp 45.595 miliar. Pada akhir 2012, pangsa pasar Adira Finance untuk masing-masing segmen motor dan mobil adalah 15,7% dan 5,7%. Pembiayaan motor dan mobil masing-masing berkontribusi 56% dan 44% terhadap total portofolio, sementara rasio kredit bermasalah dapat dikelola pada tingkat yang cukup rendah 1,4%.

Dengan pencapaian ini, Adira Finance terus menjadi kontributor yang signifikan terhadap total portofolio Danamon. Di tahun 2012, Adira Finance menyumbang 39% dari total portofolio dan 69% kepada segmen kredit *mass market*. Upaya-upaya peningkatan yang dilakukan Adira Finance di tahun 2012 meliputi kehadiran fisik, tingkat pelayanan, keterlibatan konsumen, serta internalisasi nilai-nilai perusahaan. Untuk meningkatkan sinergi, Adira Finance melaksanakan inisiatif *cross selling*, yang terhubung dengan unit bisnis Danamon lain, serta meneruskan upaya optimisasi *database*. Adira Finance juga menerbitkan Obligasi Berkelanjutan I senilai total Rp 6 triliun. Setelah penerbitan pertama di tahun 2011, Adira Finance melaksanakan penerbitan tahap dua dan tiga di bulan Mei dan September 2012 dengan total Rp 3,5 triliun. Obligasi Berkelanjutan ini mendapatkan rating idAA+ dari Pefindo.

Untuk memitigasi risiko, Adira Finance mengimplementasikan tiga upaya terintegrasi yang terdiri dari identifikasi risiko, pengukuran risiko, serta pengelolaan, pengawasan, dan kontrol risiko. Sejumlah kebijakan pun telah ditetapkan untuk mengendalikan eksposur risiko, termasuk risiko pasar, kredit, dan likuiditas. Dalam rangka memperkuat hubungan baik dengan para *dealer*, Adira Finance meluncurkan inisiatif "Ad1Gate" pada kuartal kedua 2012. "Ad1Gate" bertujuan meningkatkan kecepatan dan transparansi proses dengan menjadi sarana bagi *dealer* memantau proses aplikasinya.

Indonesia's automotive industry took a significant turn in the second half of 2012, following the issuance of a new down payment regulation, requiring a minimum down payment of 20% for motorcycles and 20-25% for automobiles, respectively, with an additional policy covering fiduciary certification. While the Government's requirement applied to both segments, motorcycle customers were especially affected, as they tend to be more vulnerable to such financial changes. Added to the situation was the weakening price of commodities, which shrank disposable income for Indonesian consumers, particularly consumers outside Java areas. By the end of 2012, sales of new motorcycles had contracted by 11%, falling to 7.1 million units. Overall sales of new cars, on the other hand, enjoyed 24.8% growth, from 894 thousand to 1.2 million units, – thereby meeting the projected sales target of the Association of Indonesia Automotive Industries (GAIKINDO).

The overall situation inevitably affected Adira Finance's motorcycle credit business. Despite the challenge, Adira Finance posted 10% total financing growth to Rp 45,595 billion. By the end of 2012, Adira Finance's market share for motorcycle and car segments were 15.7% and 5.7%, respectively. Motorcycle financing and car financing each contributed 56% and 44% to the total portfolio, and ratio of non-performing loan (NPL) was maintained at relatively low level of 1.4%.

With its achievements, Adira Finance is also a notable contributor to Danamon loan portfolio. In 2012, Adira Finance accounted for 39% of Danamon total loan portfolio and 69% of the mass-market credit segment. Upgrading efforts implemented by Adira Finance in 2012 included physical accessibility, service level improvement, customer involvement, and implementation of company values. To increase synergy, Adira Finance took on a cross-selling initiative, linked with other businesses within Danamon, and continued its database optimization effort. Adira Finance also issued Continuous Bonds I, for a total of Rp 6 trillion. Following first phase issuance in 2011, Adira Finance issued second and third phases in May and September 2012 for a total of Rp 3.5 trillion. Pefindo rated these Continuous Bonds idAA+.

To mitigate risk, Adira Finance implemented three integrated efforts, comprising of risk identification, risk measurement, and risk management, supervision and control. Furthermore, several policies are in place to control risk exposure, including market risk, credit risk and liquidity risk. To strengthen its valued relationship with dealers, Adira Finance launched an "Ad1Gate" initiative during the second quarter of 2012. "Ad1Gate" aims to improve both process speed and transparency, allowing dealers to monitor the progress of their applications.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Untuk konsumen, Adira Member Club (ACM) kini dapat digunakan di lebih dari 11.000 merchant dan menawarkan beragam keuntungan seperti potongan harga. Berkomitmen mewujudkan pelayanan yang unggul untuk konsumen, Adira Finance secara teratur mengevaluasi kinerjanya. Dilaksanakan secara internal dan bekerja sama dengan pihak ketiga, survei kepuasan konsumen Adira Finance di tahun 2012 memberikan hasil tingkat kepuasan 80%, naik dari 71% di 2011. Tingkat kesetiaan konsumen pun meningkat ke 74% dari 72% di tahun sebelumnya.

Untuk mengembangkan kompetensi karyawan dan menumbuhkan loyalitas, Adira Finance menyediakan program-program pelatihan, baik di tingkat pusat maupun regional. Selain bertempat di Adira Training Center, Adira Finance juga mendorong terlaksananya pembelajaran yang efisien dengan metode *e-learning*. Dedikasi yang dibangun oleh Adira Finance membawa sederet penghargaan yang diberikan oleh sejumlah institusi terpandang. Di tahun 2012, Adira Finance diakui sebagai "Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI)", perusahaan yang memiliki "Best Strategy into Performance Execution Excellence (SPEx2)" dan memiliki "Best Corporate Governance Responsibility of the Board". Adira Finance juga dianugerahi "Indonesia Best Brand Award 2012" dan "Top Brand Award 2012". Di tingkat internasional, Asian Bankers Award 2012 memberikan penghargaan Product and Business Awards untuk kategori "Best Consumer Finance Business and Best Business Model" kepada Adira Finance.

Ke depan, Adira Finance akan terus mengembangkan kekuatan *brand* meningkatkan kualitas *database* konsumen dan terus berusaha menaikkan kepuasan konsumen dengan memperbaiki standar pelayanan serta akses konsumen terhadap Adira Finance. Dalam hal penjualan, Adira Finance berkomitmen memanfaatkan momentum pertumbuhan di segmen roda empat sambil terus mendorong pembiayaan motor bekas. Infrastruktur informasi teknologi akan diperkuat mengantarkan Adira Finance memasuki tahun yang lebih baik.

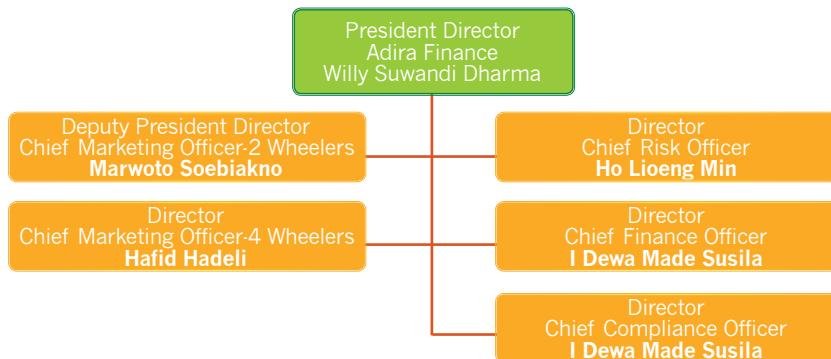
For customers, access to the Adira Club Member (ACM) card was made available at over 11,000 merchants, with shopping benefits such as product discounts. Adira Finance is committed to delivering customer service excellence, and is thus continuously reviewing its performance. Conducted internally and in coordination with third parties, Adira Finance's customer satisfaction survey in 2012 revealed an 80% rate of satisfaction, up from 71% in 2011. Customer loyalty also improved, to 74% in 2012, from 72% the previous year.

To develop employee competence and augment loyalty, Adira Finance provided continuous learning programs, both at the center and regional level. Aside from conducting training at Adira Training Center, Adira Finance also promoted an e-learning method, intended to increase efficiency. Over the years, Adira Finance's dedication has earned the company numerous awards, granted by various prominent institutions. In 2012 Adira Finance was recognized as a "Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI)", to have the "Best Strategy into Performance Execution Excellence (SPEx2)", and to have the "Best Corporate Governance Responsibility of the Board". Adira Finance was also confirmed as the "Indonesia Best Brand Award 2012", and "Top Brand Award 2012". Internationally, Asian Bankers Award 2012 conferred Adira Finance with the "Best Consumer Finance Business and Best Business Model" categories for Product and Business Awards.

Going forward, Adira Finance will embark on brand development projects, initiating customer database quality improvement, and strive to enhance customer satisfaction by stepping up Adira Finance's service standards as well as accessibility. In terms of sales, Adira Finance will take growth momentum of the 4-wheeler segment, as well as continuing to push financing of used motorcycles. The Company's information technology infrastructure will also be strengthened, as Adira Finance looks forward to a better new year.

Struktur Organisasi Anak Perusahaan Subsidiaries Organizational Structure

Adira Finance





ADIRA INSURANCE

4,5 juta transaksi sepanjang tahun 2012
4.5 million transactions throughout 2012

Didirikan pada 2002, PT Asuransi Adira Dinamika, atau Adira Insurance adalah salah satu pemain utama di bisnis asuransi umum, dengan menawarkan produk bernilai tambah kepada konsumennya.

Adira Insurance dikenal dengan produk utamanya: Motopro dan Autocillin yang masing-masing ditargetkan untuk kendaraan roda dua dan roda empat. Luas cakupan produk Adira Insurance juga meliputi bidang non otomotif seperti asuransi kesehatan dan kecelakaan diri, properti, alat berat, rangka kapal, mesin, jaminan obligasi, perjalanan dan kargo. Dengan didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan berdedikasi tinggi, menggunakan teknologi informasi yang terspesialisasi, Adira Insurance berkomitmen untuk menyediakan produk dan fitur yang Sederhana, Unik dan Dapat Diandalkan. Disokong oleh 'Adira Care', call centre 24 jam, Adira Insurance melayani lebih dari 4,5 juta akun aktif, dengan lebih dari 53 gerai di Indonesia dan 1.000 karyawan.

Danamon adalah pemilik mayoritas saham Adira Insurance dengan 90% kepemilikan saham per Desember 2012.

Established in 2002, PT Asuransi Adira Dinamika, or Adira Insurance, is one of the prominent players in the general insurance business, offering value-added products to customers.

Adira Insurance is known for its leading products: Motopro and Autocillin, targeted for two-wheeled and four-wheeled vehicles, respectively. Adira Insurance coverage also extends over a wide range of non-automotive products, in areas of personal accidents and health, property, heavy equipment, marine hulls, engineering, surety bonds, travel and cargo. Supported by competent and highly dedicated human resources, as well as by the most specialized information technology, Adira Insurance is committed to provide products and features that are Simple, Unique & Reliable. Backed by 'Adira Care', a 24-hour call center, Adira Insurance serves more than 4.5 million active accounts, with more than 55 outlets in Indonesia and 1,000 employees.

Danamon is the majority owner of Adira Insurance shares, with 90% ownership as of December 2012.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Di tahun kesepuluh operasionalnya, tahun 2012 adalah tahun yang paling menantang bagi Adira Insurance. Terdapat sejumlah perubahan regulasi diantaranya di dalam pelaksanaan Standar Pelaporan Keuangan Internasional (International Financial Reporting Standard-IFRS) serta regulasi uang muka baru yang lebih ketat dalam hal pembiayaan kendaraan dan rumah. Selain itu, penyesuaian juga dilakukan menyusul dibentuknya Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (OJK). Meskipun demikian, Adira Insurance tetap bertumbuh kuat dengan angka pertumbuhan sebesar 15% untuk premi bruto (GWP).

Selama 2012, nilai GWP mencapai Rp 1.759 miliar termasuk syariah, dibandingkan dengan Rp 1.525 miliar pada tahun 2011. Total portofolio meliputi 64% dari asuransi otomotif, dan 36% dari segmen non-otomotif. Laba bersih setelah pajak (NPAT) naik menjadi Rp 343 miliar dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jumlah transaksi di Adira Insurance tumbuh 9%, dan pada tahun 2012 Perusahaan melayani lebih dari 4,5 juta polis aktif, melayani 184.000 transaksi klaim dan menerima 69.000 telepon masuk.

Pertumbuhan stabil yang disebutkan di atas adalah hasil dari ketajaman bisnis Adira Insurance. Pada 2012, Adira Insurance berfokus pada keunggulan operasional, yang meliputi penyesuaian antara profil pelanggan dengan produk profil pelanggan terkait pencocokan terhadap produk, saluran dan mitra bisnis baru, juga terhadap peningkatan proses bisnis, sehingga Adira Insurance mampu melayani dengan lebih efisien dan dengan kualitas yang lebih baik. Adira Insurance juga terus melaksanakan optimasi database dan proses penjualan silang yang dipercepat.

Untuk memperluas saluran distribusinya, Adira Insurance meluncurkan beberapa produk baru di tahun 2012, yang terdiri dari paket Autocillin bagi bank dan *dealer*, Asuransi Perjalanan, Asuransi Perangkat Elektronik yang bekerjasama dengan salah satu gerai telekomunikasi, dan Medicillin (Asuransi Kesehatan). Untuk produk yang sudah ada, Adira Insurance melakukan sejumlah peningkatan produk. Adira Insurance juga meningkatkan sistem e-Cargo, sebuah sistem otomatis yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan jaminan dengan proses yang efisien.

Untuk usaha Syariah, Adira Insurance telah memperluas jumlah gerainya yang melayani asuransi berbasis Syariah, dan sampai saat ini telah mengoperasikan 11 gerai. Sistem teknologi informasi tersendiri telah dikembangkan untuk bisnis Syariah ini dengan aplikasi yang secara khusus disesuaikan dengan metodologi Syariah yang berbeda dengan aplikasi bisnis konvensional.

2012 was by far the most challenging year in Adira Insurance's 10th year of operation. There were changes in International Financial Reporting Standard (IFRS) implementation as well as a strict new down payment regulation for vehicle and mortgage. Additionally, there were changes following the establishment of the Indonesia Financial Services Authority (OJK) and a significant claim upsurge due to an unprecedented increase in the number of stolen vehicles. Despite such a challenging situation, Adira Insurance remained resilient, posting a 15% growth figure for Gross Written Premiums (GWP).

During 2012, the value of GWP amounted to Rp 1,759 billion include sharia, compared to Rp 1,525 billion in 2011. Total portfolio consisted of 64% from automotive insurance, and 36% from non-automotive segment. Operating income increased by 7%, while net profit after tax (NPAT) rose to Rp 343 billion compared to the previous year. The total number of transactions in Adira Insurance grew 9%, and in 2012 the Company served more than 4.5 million active policies. In details, Adira Insurance issued 4.5 million policies, served 184,000 claim transactions and received 69,000 incoming calls.

The stable growth noted above was the result of Adira Insurance's business acumen. In 2012, Adira Insurance focused on operational excellence, which comprised customer product profiling improvement with suitable product matches, channels and new business partnership, as well as business process enhancement, through which Adira Insurance was able to serve more efficiently and better quality. Adira Insurance also continued to execute database optimization and accelerated cross selling.

To expand its distribution channel, Adira Insurance launched several new products in 2012, consisting of Autocillin package for bank and dealer, Scuba Diving Insurance, Electronic Device Insurance in partnership with one of telecommunication shop, and Medicillin (Health Insurance). For existing products, Adira Insurance executed a number of product enhancements. Adira Insurance also enhanced its e-Cargo system, an automation system that allows customers to cover cross-risks efficiently.

For Syariah business, Adira Insurance expanded the number of its outlets servicing Syariah-based insurance, and currently operates in 11 outlets. A dedicated information technology system was developed for Syariah business, with applications that specifically matched up with Syariah methodology, differentiated from conventional business applications.

Sebagai perusahaan jasa, pelayanan pelanggan memainkan peran kunci dalam keberhasilan Adira Insurance. Adira Care, *call centre* 24 jam milik Adira Insurance, telah diakui sebagai *call center* terkemuka, dengan layanan lengkap yang meliputi pusat informasi, pusat pelayanan dan pusat penjualan. Pada tahun 2012, nomor hotline 500-456 dikembangkan melalui kampanye "Think Simple 500 456" yang terintegrasi dengan motto perusahaan *Simple, Unique, and Reliable*. Kampanye tersebut meliputi pengembangan kesadaran pelanggan terhadap Adira Care sebagai pusat kontak untuk klaim pelanggan; memperkuat posisi di pasar dengan membuka *mobile claim spots* di area publik dan menyederhanakan proses klaim melalui peningkatan teknologi. Selain itu, Adira Insurance juga menyediakan layanan pesan singkat (SMS) untuk siaran tips keamanan, promosi khusus, laporan klaim, serta sebagai saluran alternatif untuk permintaan mendesak lainnya. Adapun secara fisik, Adira Insurance membuka 3 gerai baru pada tahun 2012, masing-masing di Jawa Tengah, Pulau Bangka dan Jakarta. Secara keseluruhan, Adira Insurance saat ini mengoperasikan 53 *outlet* di seluruh Indonesia.

Untuk mempertahankan posisinya sebagai perusahaan asuransi yang terdepan, Adira Insurance telah menyesuaikan manajemen sumber daya manusianya dengan menyediakan jalur karir bagi pengembangan pribadi, membuat model kompetensi, dan meningkatkan keterlibatan karyawan melalui Adira Club. Kepada masyarakat, Adira Insurance meneruskan kampanye "*I Wanna Get Home Safely*" (IWGHS) yang telah dikenal publik, serta meluncurkan empat kemitraan baru dengan institusi pemerintah, swasta, dan lembaga non profit. Dengan berfokus pada area Jakarta, Depok, Tangerang dan Bekasi, indeks kesadaran total IWGHS 2012 naik hingga 30% berkat survei kesadaran. Adira Insurance juga menggelar "Konferensi Anak Indonesia 2012" bersama lembaga-lembaga internasional dan nasional, yang bertujuan untuk menyebarluaskan pengetahuan keselamatan berkendara untuk anak-anak.

Upaya Adira Insurance telah meraih berbagai penghargaan pada tahun 2012. Selama lima tahun berturut-turut, Infobank menobatkan Adira Insurance sebagai "The Best General Insurance". Adira Insurance juga memenangkan, antara lain, "Indonesia's Most Favorite Netizen Awards" dari Markplus Insight dan the Marketeers, "Best General Insurance 2012" untuk perusahaan asuransi dengan ekuitas di atas Rp 750 miliar pada Media Asuransi Award 2012, "Call Center Award 2012" untuk kategori asuransi mobil, "Indonesia's Most Favorite Women Brand 2012" untuk Autocilin dari the Marketeers, serta "Top CSR in Safety Riding Campaign" pada Charta Peduli Awards dari Dompet Dhuafa.

As a service company, customer service plays a key role in the success of Adira Insurance. Adira Care, Adira Insurance's 24-hour customer call center, has been recognized as a leading call center, with all-round services as information center, service center and sales center. In 2012, The 500-456 hotline was developed through a "Think Simple 500 456" campaign, integrated with the Company's Simple, Unique, and Reliable motto. The campaign consisted of building customer awareness toward Adira Care as a contact center for customers' claims; strengthening market presence by opening mobile 'claim spots' in public areas; and simplifying the claim process through technology enhancements. In addition, Adira Insurance provides Short Message Service (SMS) channel for broadcasting safety tips, special promotion, claim reports, and alternative channel for other urgent request. As for its physical network, Adira Insurance opened 3 new outlets in 2012, one each in Central Java, Bangka Island and Jakarta. In total, Adira Insurance currently operates 53 outlets across Indonesia.

To sustain its position as top insurance player, Adira Insurance has fine-tuned its human resources management by providing career for personal development, has generated a competency model and increased its overall engagement with employees through Adira Club. With the community, Adira Insurance continued the recognized "*I Wanna Get Home Safely*" (IWGHS) campaign, and launched four new partnerships with government, private, and non-profit institutions. Focusing on areas in Jakarta, Depok, Tangerang and Bekasi; the index of 2012 IWGHS total awareness rose to 30% due to awareness survey. Adira Insurance also held "Indonesia Children Conference 2012" together with international and national institutions, aimed to disseminate safety-riding knowledge to children.

The efforts of Adira Insurance have yielded various acknowledgements in 2012. For five consecutive years, Infobank awarded Adira Insurance as "The Best General Insurance". Adira Insurance also won, among others, "Indonesia's Most Favorite Netizen Awards" from Markplus Insight and the Marketeers, "Best General Insurance 2012" for insurance company with above Rp750 billion equity in Media Asuransi Award 2012, "Call Center Award 2012" for Car Insurance category, "Indonesia's Most Favorite Women Brand 2012" for Autocilin from the Marketeers, and "Top CSR in Safety Riding Campaign" in Charta Peduli Awards from Dompet Dhuafa.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Pada 2013, Adira Insurance telah menyiapkan perencanaan strategis untuk lebih jauh lagi mendorong kinerja perusahaan. Produk dan infrastruktur baru tengah dipersiapkan, begitu pun revitalisasi asuransi perjalanan dan kesehatan. Adira Insurance juga berencana untuk meluncurkan basis layanan baru, untuk menjamin layanan yang sederhana dan mudah diakses.

In 2013, Adira Insurance has prepared strategic planning to further boost its performance. New products and infrastructure enhancements are being readied, as well as product revitalization for travel and health insurance. Adira Insurance also plans to launch a new service platform, to ensure simple and accessible services.

Struktur Organisasi Anak Perusahaan Subsidiaries Organizational Structure





ADIRA KREDIT

Menyalurkan pembiayaan produk konsumen senilai lebih dari Rp 2 triliun.

Generated over Rp 2 trillion of total consumer products financing.

PT Adira Quantum Multifinance didirikan pada tahun 2002, khusus untuk melayani pembiayaan produk konsumen seperti barang-barang elektronik, komputer, furnitur, dan perlengkapan rumah tangga. Dikenal juga dengan nama Adira Kredit, nama "Adira Kredit" secara resmi diperkenalkan kepada pasar pada tahun 2008.

Memulai usahanya dengan hanya dua kantor cabang, Adira Kredit saat ini didukung oleh 264 outlet dan bekerja sama dengan hampir 9.000 rekanan merchant di 250 kota di Indonesia. Dengan jaringan yang kokoh, Adira Kredit siap memberikan solusi pembiayaan kepada konsumen Indonesia.

Per Desember 2012, Danamon memiliki 99% saham Adira Kredit.

PT Adira Quantum Multifinance was established in 2002 and specializes in consumer products financing, such as credit for electronics, computers, furniture, and home appliances. Popularly known today as Adira Kredit, the "Adira Kredit" trademark was first introduced to the market in 2008.

Starting its business with two branch offices, Adira Kredit is currently supported by 264 outlets and nearly 9,000 partner merchants, in 250 cities in Indonesia. With its solid network, Adira Kredit is currently providing financing solutions to customers throughout the country.

Danamon owns 99% share ownership of Adira Kredit as of December 2012.

TINJAUAN BISNIS

Business Review

Pertumbuhan kelas menengah Indonesia tercatat cukup signifikan selama beberapa tahun terakhir. Mengikuti fenomena ini, konsumsi domestik pun menunjukkan peningkatan serta diyakini sebagai penyumbang utama pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Dengan iklim usaha yang kondusif tersebut, Adira Kredit pada tahun 2012 menyalurkan pembiayaan senilai lebih dari Rp 2 triliun, dengan rasio kredit bermasalah (NPL) 2,9% dari 3,3% di 2011. Pembiayaan produk komputer merupakan kontributor utama dengan pangsa portofolio sebesar 47% diikuti oleh produk elektronik sebesar 30% dan 20% dari produk furnitur.

Kelangsungan bisnis Adira Kredit didukung oleh sejumlah inisiatif penting. Pada tahun 2012 Adira Kredit melaksanakan proses business *re-engineering* yang bertujuan untuk menciptakan model bisnis yang lebih efisien melalui optimisasi jaringan, penyesuaian strategi akuisisi konsumen, efisiensi, peningkatan produktivitas, dan konsolidasi *outlet* di sejumlah wilayah. Beberapa inisiatif baru untuk meraih segmen konsumen baru juga dilakukan secara intensif. Untuk memitigasi risiko dengan lebih baik, kebijakan pendanaan disesuaikan dan pemetaan profil konsumen dipertahankan dengan prinsip kehati-hatian.

Pada aspek pelayanan konsumen, Adira Kredit kini mengimplementasikan sentralisasi *call center* dan menerapkan kebijakan perekaman percakapan untuk penagihan. Di tahun 2012, sebagai bagian dari upayanya meningkatkan efisiensi, Adira Kredit juga meluncurkan aplikasi *Mobile Field Survey* dan *Mobile Field Collections*. Untuk meraih lebih banyak konsumen, Adira Kredit mengembangkan konsep baru *credit store* yang diuji coba pada tahun 2012. Selain itu, ada pula strategi penetrasi “*Grebek Pasar*” yakni pendekatan secara langsung kepada konsumen akhir yang dilakukan di pusat-pusat kegiatan konsumen.

Untuk memastikan bahwa fasilitas pembiayaan Adira Kredit dapat diakses oleh siapa saja, Adira Kredit memberikan kebijakan aplikasi kredit yang mudah dengan persyaratan minimum untuk konsumen baru. Di sisi lain, Adira Kredit memberikan apresiasi besar terhadap konsumen setia. Konsumen yang mengajukan aplikasi ulang berhak mengikuti *repeat order* program yang menawarkan harga kompetitif dan proses aplikasi yang lebih praktis.

Meneruskan program Officer Development Program (ODP) yang pertama kali dilaksanakan pada tahun 2011, di tahun 2012 ODP berfokus pada pengetahuan manajemen risiko dan penagihan.

Over recent years, growth of Indonesian middle class has been significant. Consequently, domestic consumption shows a rising trend, which is believed to be a key contributor to overall economic growth of the country.

Supported by such a positive business environment, Adira Kredit in 2012 generated total financing of over Rp 2 trillion, with non-performing loan (NPL) ratio of 2.9% from 3.3% in 2011. Computer products financing was the largest credit contributor, accounted for 47% of the total portfolio, followed with 30% from electronics and 20% from furniture.

Adira Kredit's business sustainability was propelled by a number of important initiatives. In 2012, Adira Kredit conducted a business re-engineering process, aiming to implement a more efficient business model through network optimization, changes in customer acquisition strategy, efficiency, productivity improvements and consolidation of outlets in various areas. Various new initiatives to reach new consumer segments were conducted intensively. Lending policy was also adjusted to better mitigate risk, while maintaining prudent customer profiling.

In the area of customer service, Adira Kredit implemented a centralized call center and conversation recording policy for collections. Adira Kredit also launched its Mobile Field Survey and Mobile Field Collection applications in 2012, as part of its effectiveness improvement program. To appeal to more customers, Adira Kredit developed a new credit store concept, which was piloted in 2012. Adira Kredit also conducted a market penetration strategy known as “*Grebek Pasar*”, where Adira Kredit approached end-users directly at their customary locations.

To enable more customers accessing Adira Kredit financing facility, Adira Kredit applied easy application policy, which promoted minimum requirements for new customers. Meanwhile, loyal customers are highly appreciated by Adira Kredit, and repeat customers are eligible to enjoy a repeat order program that offers competitive pricing and a simpler application process.

Continuing Adira Kredit's Officer Development Program (ODP), which was first initiated in 2011, continued to be done in 2012, focusing on risk management and collections program.

Upaya-upaya Adira Kredit mengembangkan bisnisnya mendapat pengakuan berupa penghargaan dari sejumlah institusi bergengsi. Di tahun 2012, Adira Kredit mendapatkan penghargaan "Top Brand 2012", "Corporate Image Award 2012" untuk kategori pembiayaan konsumen, "Word of Mouth Marketing Award 2012" sebagai "Most #1 Recommended Brand 2012" untuk pembiayaan elektronik dan furnitur, "Indonesia Original Brands 2012" untuk kategori pembiayaan elektronik, dan "Indonesia Best Brand Award 2012" untuk kategori pembiayaan elektronik/furnitur/komputer.

Ke depan, memasuki tahun 2013 Adira Kredit optimis dapat mencapai pertumbuhan pembiayaan sebesar 30% melalui pendekatan berbasis *merchant*, program pemasaran khusus untuk *key merchant* mempercepat proses respon pada pasar, fokus pada komunitas, dan melanjutkan *re-engineering* model bisnis serta perbaikan sistem.

Adira Kredit's efforts in nurturing its business are widely recognized with the acceptance of a number of awards from prominent institutions. During 2012, Adira Kredit was awarded with "Top Brand 2012", "Corporate Image Award 2012" for consumer financing category, "Word of Mouth Marketing Award 2012" as the Most #1 Recommended Brand 2012 for electronics and furniture financing, "Indonesia Original Brands 2012" for electronics financing category, and "Indonesia Best Brand Award 2012" for electronics/furniture/computer financing category.

Looking ahead to 2013, Adira Kredit is looking at 30% business growth, through merchant based approach, with customized marketing program for key merchants, special process for speed to market, expand community activities and continue its business model re-engineering and system improvements.

Struktur Organisasi Anak Perusahaan Subsidiaries Organizational Structure

Adira Kredit

