



Pasar Malam

Budi Santoso Ignatius-*Consumer Risk Management*, Jakarta
Finalis-Lomba Foto Pasar Tradisional



Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Pasar Sindangkasih, Majalengka Jawa Barat

Danamon dan anak perusahaan, berperan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan:

- Perencanaan program yang matang berdasarkan penelitian dan konsultasi intensif dan teratur dengan para pemangku kepentingan
- *Monitoring* dan evaluasi yang reguler untuk dampak yang terukur dan pelaporan yang bertanggung jawab.

Komitmen ini menegaskan bahwa pelaksanaan CSR merupakan investasi sosial yang tidak hanya dilakukan secara sungguh-sungguh, namun juga wajib dilakukan dengan pendekatan yang pragmatis guna memperkuat masyarakat dan kegiatan utama bisnis Bank dan anak perusahaan.

Sebagai salah satu warga korporasi, Danamon menyadari bahwa kegiatan tanggung jawab sosial memerlukan komitmen yang kuat dan program kerja yang terfokus, agar dapat memberi dampak yang lebih luas dan berkelanjutan. Untuk itu, melalui keputusan strategis dibentuklah entitas khusus, yang diberi mandat untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan, yakni dengan didirikannya Yayasan Danamon Peduli (Danamon Peduli) pada tahun 2006.

Dengan pemisahan peran yang jelas ini, CSR yang semula dilakukan secara periperiferal dan terpisah antara Danamon dan anak perusahaan, kini menjadi prioritas utama dan terpadu di bawah Danamon Peduli. Hal ini mencerminkan kesungguhan Danamon dan seluruh anak perusahaan untuk berperan aktif dalam pengembangan sosial ekonomi masyarakat, perbaikan dan pelestarian lingkungan serta budaya di Indonesia pada khususnya serta di dunia pada umumnya.

Dalam melaksanakan program-program CSR, Danamon Peduli menempatkan diri dan memainkan peran strategis sebagai mitra pembangunan, katalis, sekaligus sebagai sumber pembelajaran bagi seluruh pemangku kepentingan yang memiliki kepedulian dalam mewujudkan sebuah pembangunan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Danamon Peduli selalu berupaya untuk melibatkan pemangku kepentingan untuk berpartisipasi aktif dalam setiap program CSR agar semua program tepat sasaran, memberikan dampak positif, dan berkelanjutan.

YAYASAN DANAMON PEDULI (DANAMON PEDULI)

Dengan misi “Menjadi mitra pembangunan terpercaya yang dapat membawa perubahan yang berkelanjutan dan dapat membantu perbaikan kehidupan masyarakat dengan menyelaraskan dan memanfaatkan sumber daya yang dipercayakan,” Danamon Peduli berkomitmen untuk melaksanakan program CSR yang mampu membawa perubahan positif dan nyata pada perbaikan kualitas hidup masyarakat, pelestarian lingkungan dan budaya secara berkesinambungan.

Danamon Peduli resmi dibentuk oleh PT Bank Danamon Indonesia Tbk. dan PT Adira Dinamika Multifinance Tbk. pada 17 Februari 2006. Program-program Danamon Peduli bertujuan mendukung pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat langsung pada masyarakat dengan melibatkan relawan dari lingkungan keluarga besar Danamon. Dalam kiprahnya, Danamon Peduli secara konsisten berperan sebagai mitra pembangunan, katalis dan sumber pembelajaran melalui program-programnya yang inovatif dengan tujuan untuk memberi kontribusi pada prioritas pembangunan dan selaras dengan program

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Pasar Bunder, Sragen-Jawa Tengah

kerja Pemerintah. Dengan demikian, program dapat dikembangkan oleh pihak lain secara berkelanjutan.

Danamon Peduli menerjemahkan visi CSR melalui empat program, yaitu:

1. Program Pasar SEJAHTERA (Sehat, Hijau, Bersih, Terawat) yang merupakan program unit percontohan dengan pola dukungan yang fokus pada upaya revitalisasi pasar rakyat/tradisional di tanah air baik fisik maupun non fisik.
2. Program Pelestarian Ikon Regional bertujuan mendukung pelestarian lingkungan dan budaya melalui pemberdayaan masyarakat lokal.
3. Program Peduli Lingkungan mencakup berbagai kegiatan pelestarian lingkungan seperti pengelolaan sampah untuk daur ulang, edukasi pelestarian lingkungan, mendukung ruang terbuka hijau, dukungan fasilitas lingkungan (antara lain tempat sampah, bio-digester, penghijauan, pembuatan biopori, penampungan air bersih dan sanitasi).
4. Program Cepat Tanggap Bencana, bekerja sama dengan para relawan dari karyawan Danamon dan Adira berupaya menjadi pihak swasta pertama yang menyalurkan bantuan cepat kepada masyarakat yang terkena bencana, di samping melakukan beberapa kegiatan edukasi kepada karyawan dan relawan dalam upaya membantu korban dan memitigasi dampak bencana.

Selanjutnya, sebagai sumber pembelajaran, Danamon Peduli memfasilitasi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan program, misalnya diskusi mengenai isu pasar tradisional, di antaranya dengan para pakar yang kompeten dengan topik pembahasan. Danamon Peduli juga aktif berkontribusi menjadi nara sumber di berbagai kesempatan untuk berbagi pengalaman dan membuka kemungkinan untuk membangun kemitraan.

Danamon Peduli merancang dan merencanakan program-program CSR-nya dengan seksama. Dalam pelaksanaannya, untuk mengukur keberhasilan dan dampak program, dilakukan *monitoring* dan evaluasi secara berkala dan menyeluruh, yang dilakukan bersama mitra kerja. *Monitoring* dan evaluasi dilakukan dengan dua pendekatan, yakni kualitatif dan kuantitatif.

Pendekatan Kualitatif

Danamon Peduli memahami bahwa tujuan yang ingin dicapai tentu melalui tahapan dan target kongkrit akan dicapai dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, target dijabarkan sesuai dengan tingkat kemampuan organisasi dalam melakukan sosialisasi, membuat konsensus dan berbagai pendekatan lainnya yang merangkum aspirasi dari para mitra; serta kemampuan organisasi beradaptasi dengan lingkungan agar terus tumbuh dan berkembang. Dengan demikian program CSR

dijalankan dengan kapasitas yang mumpuni, ditumbuhkembangkan agar meningkat dan mampu mencapai target. Setiap kegiatan dilakukan melalui proses konsultasi dan diskusi dengan para pemangku kepentingan sehingga pelaksanaan program CSR dapat tepat sasaran dan tepat guna.

Pendekatan Kuantitatif

Dari segi kuantitatif, monitoring kinerja pelaksanaan program CSR dilakukan melalui:

- a) *Baseline survey* dilakukan untuk mengukur data indikator awal sebelum program CSR diimplementasikan.
- b) *Rapid Assessment* dilakukan untuk mengukur dampak program, sekaligus sumber data dalam pemetaan dan analisa dalam hal kendala dan peluang yang ada.
- c) Penyerapan anggaran program sebagai alat untuk mengukur efektifitas dan efisiensi dana untuk mencapai target program
- d) Keterlibatan relawan (Kader Penggerak) dan pemangku kepentingan di luar staf Danamon Peduli sebagai bukti peran serta, komitmen dan kemitraan jangka panjang.
- e) Perhitungan jejak karbon sebagai dampak program CSR dan keberpihakan terhadap lingkungan.

TATA KELOLA YANG BAIK (GOOD CORPORATE GOVERNANCE)

Penganggaran Program CSR

Setiap program CSR yang dijalankan oleh Danamon Peduli selalu direncanakan dengan seksama, untuk dijalankan dengan efektif, dievaluasi secara menyeluruh dan dilaporkan akuntabilitasnya secara rutin. Program-program CSR yang dilakukan secara terpadu juga mencerminkan bentuk investasi sosial perusahaan yang berperan dalam memperkuat kegiatan utama dan kelangsungan bisnis Bank dan anak perusahaan. Tanggung jawab sosial telah terintegrasi dalam strategi bisnis perusahaan dan diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap persepsi dan pengembangan bisnis perusahaan

sejalan dengan tren global tentang tanggung-jawab sosial perusahaan dan sesuai dengan peraturan tata kelola perbankan (Pedoman GCG Perbankan Indonesia 2012).

Seluruh kegiatan dan proyeksi pembiayaan tahunan program CSR disusun secara komprehensif pada setiap akhir tahun dan diajukan oleh Danamon Peduli kepada perusahaan untuk persetujuan berdasarkan kajian kebutuhan program yang akan dijalankan. Pengajuan rencana program kerja dan anggaran tahunan ini menunjukkan bahwa alokasi dana kegiatan CSR merupakan cerminan dari komitmen Danamon serta anak perusahaan untuk mendukung dan memastikan program CSR dapat dijalankan dengan baik, efektif dan memberikan manfaat optimal.

Penganggaran kegiatan CSR tahunan bukanlah semata-mata memenuhi ketentuan peraturan pemerintah yang mensyaratkan alokasi berdasarkan persentasi tertentu dari keuntungan Bank, namun didasarkan atas kajian kebutuhan masyarakat dan prioritas program pembangunan serta tujuan pembangunan program yang ingin dicapai oleh Danamon Peduli.

Di samping itu, mitra Danamon Peduli, khususnya Pemerintah Daerah di lokasi dampingan memberikan kontribusinya terhadap program. Danamon Peduli meyakini bahwa pelaksanaan program yang berorientasi pada pembangunan hanya akan efektif dan berdampak lebih besar apabila dijalankan dengan partisipasi dan kemitraan dengan pihak-pihak yang mempunyai kepedulian serupa. Oleh karena itu, dalam perencanaan dan pelaksanaan program-programnya, Danamon Peduli melakukan sinergi dengan berbagai pihak, dalam hal sumber daya serta dana, termasuk dari pemerintah daerah selaku penanggung jawab pembangunan di daerah. Selain alokasi dana tahunan yang diterima dari Bank, Danamon Peduli juga mendapatkan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Pasar Baru, Probolinggo Jawa Timur



Pasar Ibu, Payakumbuh Sumatera Barat

dana dari anak perusahaan dan unit bisnis. Selama 2014 Danamon Peduli turut pula memobilisasi donasi dari karyawan Danamon dan anak perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap sesama dalam pengembangan dan pelaksanaan program CSR, khususnya dalam program Cepat Tanggap Bencana.

AKUNTABILITAS KELEMBAGAAN

Struktur organisasi Danamon Peduli mencerminkan tata kelola yang baik dan akuntabilitas yang kuat dengan adanya Pembina, Pengawas, dan Pengurus. Ketua Pengurus sekaligus merangkap sebagai Direktur Eksekutif Yayasan, dan Pengurus mengadakan pertemuan bulanan dengan Pengawas guna melaporkan perkembangan pelaksanaan kegiatan dan realisasi penyerapan dana. Pada akhir tahun, Pengurus melaporkan seluruh kegiatan dan pemanfaatan dana Danamon Peduli kepada Pembina. Sebagai bentuk transparansi yang dapat dipertanggungjawabkan kepada publik dan seluruh pemangku kepentingan, Danamon Peduli membuat laporan keuangan yang diaudit secara berkala oleh Auditor *Independent* dan diumumkan di salah satu media cetak nasional.

GOVERNANCE STRUCTURE & DANAMON PEDULI TEAM COMPOSITION

Kebijakan, Konsep dan Kerangka Kerja Operasional

Dalam kebijakan program CSR, Danamon Peduli senantiasa berupaya melakukannya dengan kemitraan strategis dengan memperhatikan sumber daya yang ada. Untuk itu, Danamon Peduli menjalin kemitraan dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan masyarakat setempat, serta pihak lain yang mempunyai kepedulian yang sama. Dengan demikian, program CSR yang dijalankan akan lebih kuat karena dilakukan oleh banyak pihak.

Tahun 2014 program Danamon Peduli fokus pada peningkatan kapasitas pemangku kepentingan selaku mitra kerja untuk pembangunan yang berkelanjutan. Penguatan kapasitas pemangku kepentingan ini merupakan upaya untuk meningkatkan ketrampilan individu, organisasi, maupun komunitas di daerah dampingan Danamon Peduli agar mampu menjalankan fungsi dan tugasnya secara optimal, efektif, dan efisien. Dengan mengoptimalkan kapasitas para mitra bersama pemerintah pusat dan daerah, kelompok masyarakat, dan pihak swasta, akan menjadi investasi sosial yang sinergis demi mempercepat tercapainya tujuan bersama, yaitu masyarakat yang sejahtera di dalam lingkungan yang sehat serta budaya dengan kearifan lokal yang senantiasa terjaga. Kemitraan dengan kapasitas yang kuat akan memudahkan tercapainya tujuan.

Penguatan Kapasitas Lembaga

Penguatan kapasitas kelembagaan yang dilakukan Danamon Peduli, antara lain berupa kegiatan pelatihan manajemen, pelatihan pemasaran, seminar, studi banding, pelatihan penataan produk dagangan, dan barang komoditi, serta aktivitas lainnya. Target dari penguatan kapasitas kelembagaan ini adalah semua pemangku kepentingan yang mencakup para Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang memiliki fokus kerja di pasar, pengelola pasar, paguyuban pedagang pasar, komunitas serta kelembagaan dari berbagai skema di atas (Bank Sampah, Radio komunitas, Majalah Dinding dan Koperasi) dan pedagang.

Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial Danamon diimplementasikan oleh Danamon Peduli sebagai bentuk investasi sosial, terdiri dari dua kategori program, yakni:

Eksternal yang terdiri dari:

- Pasar SEJAHTERA (PSJ)
- Pelestarian Ikon Regional (PIR)
- Peduli Lingkungan (PL)
- Cepat Tanggap Bencana (CTB)

Internal yang terdiri dari:

- Ketenagakerjaan dan Kesehatan, Keselamatan Kerja dan Lingkungan (K3L)
- Tanggung jawab Kepada Konsumen.

PENGEMBANGAN SOSIAL DAN KEMASYARAKATAN

Pengembangan bidang sosial dan kemasyarakatan di Indonesia masih sangat membutuhkan perhatian dan bantuan nyata baik dari pemerintah, pihak swasta dan juga partisipasi masyarakat langsung. Memasuki tahun ke delapan, pengembangan bidang sosial dan kemasyarakatan masih merupakan fokus utama program CSR. Untuk mengoptimalkan hasil program dan efisiensi pembiayaan, Danamon Peduli merancang

program pendampingan masyarakat secara terpadu sehingga dengan demikian program-program tersebut mampu memberikan manfaat yang besar.

1. Pasar SEJAHTERA (Sehat, Hijau, Bersih, Terawat)

Beratus tahun lamanya pasar tradisional menopang kegiatan perekonomian di Indonesia, khususnya pada pendapatan daerah dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan, terdapat sekitar 9.599 pasar tradisional beroperasi pada tahun 2012 di Indonesia, yang memasok 60% kebutuhan dasar penduduk dan merupakan sumber penghidupan bagi lebih dari 30 juta pedagang di seluruh negeri. Mengingat fungsi yang vital ini Danamon mengambil peran dalam mendukung ekonomi kerakyatan melalui Program Revitalisasi Pasar Rakyat.

Sejak tahun 2006 Danamon Peduli telah aktif ambil bagian dalam upaya mendukung revitalisasi pasar tradisional, yang fokus pada perbaikan kondisi fisik dan kesehatan lingkungan pasar. Pada tahun 2010, Danamon Peduli meningkatkan komitmen dukungannya dengan meluncurkan program Pasar SEJAHTERA yang merupakan konsolidasi dari program dan kegiatan berbasis pasar sebelumnya. Sesuai judulnya, Sehat hiJAu bersih dan TERAwat (SEJAHTERA), maka penekanan dari program ini adalah pasar yang sehat dari segi lingkungan, hijau, higienis dan terawat. Oleh karena itu, program revitalisasi pasar memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan perubahan perilaku di kalangan pedagang terkait kesehatan lingkungan di pasar.

Bagi Danamon Peduli, keberpihakan pemerintah adalah aspek penting untuk menjaga keberlanjutan program revitalisasi pasar. Untuk itu, Danamon Peduli mengajak partisipasi aktif serta komitmen dari pemerintah sebagai pembuat kebijakan, baik di tingkat nasional maupun tingkat regional.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pada tingkat pusat, Danamon Peduli bermitra dengan Kementerian Perdagangan, Kementerian Kesehatan, dan Kementerian Pekerjaan Umum. Kemitraan di tingkat pusat fokus pada penggalangan dukungan dan koordinasi program melalui penyebaran informasi dan adopsi program untuk upaya implementasi program yang lebih luas. Sementara itu di tingkat daerah, Danamon Peduli secara penuh melibatkan pemerintah daerah, yakni Walikota/Bupati beserta jajarannya Kantor/Dinas/Satuan Kerja Pemerintah Daerah yang mempunyai pengawasan dan pengelolaan di pasar untuk perencanaan dan penganggaran program.

Setiap tahun pemerintah telah mengalokasikan sumber dayanya untuk merevitalisasi pasar tradisional. Namun mengingat besarnya jumlah pasar yang membutuhkan perhatian, diperlukan dukungan yang lebih luas untuk mempercepat revitalisasi pasar tradisional secara nasional.

Keberpihakan Pemerintah kepada pasar rakyat ditunjukkan dengan adanya anggaran untuk revitalisasi fisik pembangunan jangka menengah untuk periode 2015-2019, dengan target sejumlah 3.000 pasar di seluruh Indonesia. Jumlah tersebut tidaklah terlalu besar mengingat jumlah pasar tradisional yang perlu direvitalisasi (dengan asumsi jumlah 10.000 pasar tradisional di Indonesia). Karena itu perlu dukungan dari sektor swasta, kelompok masyarakat, dan pihak terkait lainnya. Keberadaan pasar tradisional akan menggerakkan ekonomi kerakyatan, menumbuhkan ekonomi daerah, mendukung pergerakan rantai penjualan perusahaan dan sebagai penyedia kebutuhan masyarakat, serta memberikan ruang publik untuk interaksi. Melengkapi upaya pemerintah, Danamon Peduli hadir dengan program pendampingan yang lebih komprehensif, yang tidak saja menyentuh revitalisasi fisik namun juga pada aspek non fisik.

Tujuan

Program revitalisasi pasar tradisional yang mulai dicanangkan tahun 2010 ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- Meningkatkan dan memperbaiki kesehatan lingkungan pasar agar sesuai dengan standar nasional.
- Mengembangkan unit percontohan bentuk dukungan dari non pemerintah yang dapat diaplikasikan secara luas dan dengan demikian dapat lebih mempercepat revitalisasi pasar di seluruh negeri.

Sasaran

Pelaksanaan program ini memiliki dua sasaran, yakni (i) revitalisasi fisik pasar dan (ii) peningkatan kesadaran dan perubahan perilaku para pedagang pasar, khususnya dan pelaku pasar lainnya yang terlibat dalam kegiatan di pasar tradisional. Program Pasar SEJAHTERA dirancang sedemikian rupa sehingga terjaga dan berkesinambungan.

Program Pasar SEJAHTERA yang telah dijalankan Danamon Peduli sejak tahun 2010 memiliki tiga kegiatan utama yakni:

1. Penataan fisik pada unit demonstrasi yang mengacu pada standar Kementerian Kesehatan sesuai dengan Kepmenkes No. 519/2008.
2. Perencanaan dan penganggaran terpadu melalui pertemuan Lintas Sektoral (Dinas/Badan) yang mempunyai tugas pokok dan fungsi pada pengelolaan pasar.



Aktivitas di Radio Komunitas Pasar Bunder, Sragen-Jawa Tengah

3. Pengawasan pasar dan pengembangan mekanisme baku perencanaan terpadu seperti pembentukan Kelompok Kerja (Pokja) Pasar, edukasi komunitas pasar/ Kampanye Perubahan Perilaku (KPP). Edukasi ini meliputi gaya hidup bersih, pelatihan penulisan dan pengelolaan majalah dinding, pelatihan penyegaran pengelolaan radio komunitas pasar (radio komunitas) dan pemetaan aspirasi pemangku kepentingan melalui diskusi kelompok. Sebagai media penyampaian pesan digunakan media cetak seperti spanduk dan kegiatan gotong royong secara rutin.

Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Program Pasar SEJAHTERA telah dijalankan di 9 (sembilan) lokasi yang menjadi percontohan dengan dua pasar percontohan Pasar SEJAHTERA yang baru bergabung pada tahun 2014, yaitu:

- Pasar Ibu Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
- Pasar Grogolan Kota Pekalongan, Jawa Tengah
- Pasar Bunder Kabupaten Sragen, Jawa Tengah
- Pasar Baru Kota Probolinggo, Jawa Timur
- Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur (sudah diserahkan kepada Pemerintah Daerah)
- Pasar Sindangkasih Kabupaten Majalengka, Jawa Barat (sudah diserahkan kepada Pemerintah Daerah)
- Pasar Kemuning Kota Pontianak, Kalimantan Barat
- Pasar Tejoagung, Kota Metro Lampung
- Pasar Lambocca Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan

Di bawah Program Pasar SEJAHTERA ini secara organik juga telah berkembang berbagai skema inovatif yang secara langsung dan tidak langsung mendorong dan mendukung upaya perubahan perilaku komunitas pedagang pasar.

Danamon Peduli memfasilitasi kegiatan-kegiatan bagi komunitas pasar, seperti gotong royong atau diskusi kelompok yang dilakukan secara berkala. Melalui diskusi kelompok, para pedagang mengidentifikasi permasalahan di pasar dan solusi yang dapat mereka lakukan. Diskusi kelompok ini telah menghasilkan berbagai skema kerjasama, termasuk bank sampah, majalah dinding, radio komunitas, gotong royong atau kerja bakti dan pembentukan koperasi. Melalui diskusi kelompok ini juga mereka mengidentifikasi kebutuhan pelatihan apa yang dibutuhkan dan cocok guna meningkatkan kapasitas mereka. Untuk menciptakan efek domino yang positif bagi perkembangan dan keberlanjutan program revitalisasi pasar, Danamon Peduli secara aktif mendorong kader-kader pasar/peserta pelatihan untuk turut merangkul lebih banyak lagi individu untuk terlibat dalam program ini.

Peningkatan kapasitas komunitas pasar di Pasar SEJAHTERA pada tahun 2014 mencakup 133 orang, dengan materi pelatihan termasuk: studi banding bank sampah, pengelolaan bank sampah, pelatihan radio komunitas, paguyuban pedagang, Unit Kesehatan Kerja (UKK). Hingga akhir tahun 2014 Danamon Peduli telah melakukan peningkatan kapasitas melalui pelatihan bagi lebih dari 2.000 kader penggerak komunitas pasar terdiri dari para pedagang dan pemangku kepentingan pasar tradisional lainnya. Pelatihan ini diharapkan akan mampu menciptakan lebih banyak lagi kader sebagai motor penggerak kegiatan program ini di masing-masing pasar atau daerah mereka berada.

Gotong Royong atau kerja bakti merupakan kegiatan membersihkan pasar secara bersama-sama yang dimotori oleh pedagang pasar, komunitas dan pengelola pasar, serta Dinas Kebersihan dalam rangka membangun kebersamaan dan tanggung jawab kolektif merawat dan menjaga kebersihan pasar.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tahun 2014 dari 6 (enam) Pasar SEJAHTERA (di Payakumbuh, Sragen, Pekalongan, Probolinggo, Majalengka, dan Pontianak) gotong royong telah melibatkan 865 orang, sedangkan lomba kebersihan diikuti oleh 160 pedagang. Di masa yang akan datang kegiatan serupa diharapkan dapat menjadi kegiatan rutin di semua pasar tradisional. Dengan demikian akan mengembalikan pasar sebagai ruang publik yang banyak memberikan manfaat kepada pedagang maupun konsumen.

Khusus di Kota Probolinggo, telah terbentuk Kelompok Kerja (Pokja) pasar tradisional dan dikukuhkan dalam Surat Keputusan Walikota Probolinggo, dengan penanggung jawab Walikota dan Wakil Walikota. Sedangkan Kelompok Kerja Pasar di Kabupaten Sragen dan Kota Pekalongan sedang dalam proses pembentukan. Pokja Pasar adalah forum khusus yang terdiri dari berbagai lintas dinas yang membawahi pasar dan memiliki program kerja yang fokus pada pengembangan pasar. Pembentukan Pokja Pasar merupakan salah satu dari *exit strategy* Danamon Peduli, untuk selanjutnya pasar tersebut diserahkan kepada Pemerintah Daerah.

Selama tahun 2014 telah terjadi diskusi bersama para pemangku kepentingan sebanyak 34 kali pertemuan, diikuti oleh 10 sampai 30 orang dalam tiap diskusi. Diskusi dengan komunitas pasar merupakan media berbagi informasi tentang program, menyampaikan target, hasil yang tercapai, gagasan baru, serta kendala yang dihadapi, dan mencari solusi atas masalah yang ada.

Upaya Meningkatkan Kesadaran dan Keterlibatan Masyarakat

Dalam menetapkan lokasi dampingan baru untuk implementasi Program Pasar SEJAHTERA telah dilakukan penilaian secara menyeluruh terhadap region Danamon atau Adira yang terpilih. Selama 2014 telah dilakukan penilaian terhadap 9 pasar tradisional

di Lampung, 20 pasar tradisional di Bali dan 9 pasar tradisional di Sulawesi Selatan. Berdasarkan penilaian maka untuk tahun 2014 ditetapkan dua lokasi dampingan baru untuk Pasar SEJAHTERA yaitu:

1. Pasar Tejoagung, Kota Metro, Lampung. Terletak 60 km dari Bandar Lampung, ibu kota Provinsi Lampung.
2. Pasar Lambocca, Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan. Terletak 123 km dari Makassar, ibukota Provinsi Sulawesi Selatan.

Kedua pasar ini dalam proses renovasi menjadi model Pasar SEJAHTERA mengacu pada standard Kementerian Kesehatan sesuai dengan Kepmenkes No. 519/2008 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat. Dengan demikian seluruh Pasar SEJAHTERA yang termasuk dalam program revitalisasi mencapai jumlah 9 (sembilan) pasar tradisional.

Sebagai bagian dari upaya dukungan non fisik kepada pasar rakyat, Danamon Peduli juga mulai menyentuh aspek promosi dengan melibatkan masyarakat khususnya pedagang dan golongan muda. Bekerja sama dengan Kompasiana, Danamon Peduli menyelenggarakan Kontes Menulis *Blog* dengan judul: "Warna Warni Indah Pasar Tradisional."

Kontes Menulis *Blog* Pasar Tradisional merupakan upaya, mengangkat cerita baik dan unik serta gagasan untuk pasar tradisional yang beragam di Indonesia, agar menarik simpati masyarakat yang terlanjur memiliki *image* negatif tentang pasar tradisional yaitu kotor, kumuh dan jorok.

Selama periode kegiatan (24 Nov – 20 Des 2014) dari kontes ini berhasil terkumpul 161 cerita unik pasar rakyat di seluruh Indonesia dengan Pemenang dan judul cerita:

Juara	Judul	Nama Pasar	Lokasi
1	'Revitalisasi Onan Rabu yang Selalu Ditunggu'	Pasar Onan Rabu	Pulau Samosir, Sumut.
2	'Gagasan untuk Pasar Rakyat di Kota Malang: Menelisik Potensi dan Peluang'	Pasar Comboran	Malang
3	'Berkelana di Pasar Tertua Jogja'	Pasar Legi	Kotagede, Jogjakarta

Bank Sampah merupakan kegiatan swakelola yang melibatkan para pedagang pasar dalam pembuatan dan pengelolaan penampungan sampah non organik pasar. Pengadaan Bank Sampah ini selain bertujuan pada perubahan perilaku dan kebiasaan membuang (memilah) sampah para pedagang. Hal ini juga berkontribusi mengurangi beban sampah yang harus ditampung dan dikelola oleh pemerintah setempat sekaligus menjadi sumber pemasukan pendapatan bagi para nasabah Bank Sampah. Skema ini untuk pertama kali dilaksanakan di Pasar Baru kota Probolinggo pada tahun 2012.

Dari data yang ada, pasar tradisional merupakan salah satu penghasil sampah terbesar di Indonesia. Bila sampah tersebut dikelola dengan benar maka kondisi kesehatan lingkungan pasar akan lebih bersih dan sehat sehingga berpotensi menarik lebih banyak pembeli untuk datang ke pasar tradisional. Perubahan kondisi kesehatan lingkungan pasar yang lebih bersih dan sehat adalah salah satu upaya mengelola pasar tradisional secara modern. Sampah organik pasar dapat dikonversikan menjadi kompos yang sangat berguna untuk memperbaiki kesehatan tanah sedangkan sampah non organik pasar dapat dimanfaatkan untuk beragam kreatifitas produk daur ulang.

Pada tahun 2014 sesuai dengan aspirasi pedagang dan pemangku kepentingan di pasar yang didapatkan dari diskusi kelompok

maka didirikanlah Bank Sampah Anak Nagari Peduli (BASANDI) di Pasar Ibu Payakumbuh pada bulan Oktober 2014 dan Bank Sampah Sejahtera di Pasar Grogolan, Pekalongan. Dari 9 (sembilan) pasar yang masuk di dalam Program Pasar SEJAHTERA tersebut yang telah memiliki bank sampah sebanyak 4 (empat) lokasi dampingan. Dengan adanya bank sampah nasabah menyetorkan sampah non organik (botol, kaleng, kertas, koran, majalah, dan sebagainya). Seluruh sampah yang disetorkan akan dihargai sebesar harga masing-masing komoditasnya. Skema bank sampah ini cukup efektif untuk mengurangi jumlah sampah yang semula berserakan di sembarang tempat serta mengubah cara pandang pedagang terhadap sampah, yang sekarang memiliki nilai ekonomi.

Selanjutnya, dalam Program Pasar SEJAHTERA juga dilakukan Lomba Kebersihan antar Los di pasar, yang turut mendorong kebersihan pasar, di mana setiap tahunnya dilaksanakan di masing-masing pasar yang berada pada lokasi dampingan Program Pasar SEJAHTERA. Lomba dan hadiah yang diberikan sebagai salah satu penghargaan kepada pedagang yang mampu mempertahankan kebersihan losnya.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pasar Ibu, Kota Payakumbuh

2010	2011	2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan bak cuci • Pembuatan papan informasi • Pengadaan tempat sampah • Pengecatan kuda kuda paung • Pemasangan pipa pembuangan • Pemasangan atap kanopi • Pengecoran pelataran kaki lima • Pemasangan talang air 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembersihan lokasi blok sayur II • Pembuatan meja di blok sayur II • Pengadaan motor roda 3 • Pengadaan <i>speaker radioland</i> • Papan nama pasar sejahtera • Papan nama zona 	<ul style="list-style-type: none"> • Normalisasi saluran air • Perbaiki pos kesehatan • Pengadaan tempat sampah 10 unit • Pembuatan tempat cuci tangan 4 unit 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan 34 unit tempat sampah beroda • Pembuatan 6 unit bak cuci tangan di pasar Ibu Barat 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaiki saluran air Blok Sayur II • Peremajaan <i>Radioland</i> • Pembangunan kantor bank sampah

Pasar Grogolan, Kota Pekalongan

2010	2011	2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> • Pembangunan lapak baru • Pembuatan sanitasi • Pembuatan penerangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan <i>awning</i> di blok selatan • <i>Paving</i> dan pembuatan taman di pasar • Rehabilitasi MCK • Pembuatan wastafel • Pengecatan blok selatan • Pembelian tempat sampah • Pengadaan papan nama unit percontohan • Pengadaan papan zona 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembagunan pos kesehatan • Pengadaan tempat sampah 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaiki saluran air • Pengadaan bak cuci 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaiki atap di bagian tengah pasar • Pembangunan bank sampah • Pembangunan <i>radioland</i>



Pasar Kemuning, Pontianak



Pasar Grogolan, Pekalongan

Pasar Bunder Sragen

2010	2011	2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> • Renovasi lapak pedagang tahu • Pengecatan los • Perbaikan sanitasi • Pengadaan tempat sampah • Pengadaan gerobak sampah 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan wastafel • Pengadaan tempat sampah • Pengadaan roda tiga • Penambahan sarana radioland • Pengadaan papan nama los percontohan • Pengadaan papan nama zona 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan hydrant • Pengadaan tong sampah • Renovasi los bandeng 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan tong sampah terpilah 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan trolley kuli panggul • Pengadaan seragam Unit Percontohan, Paguyuban dan jasa panggul

Pasar Semampir, Kab. Probolinggo

2010	2011	2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> • Pembangunan atap blok tengah • Pengadaan bak sampah gantung • Pengadaan wastafel 	<ul style="list-style-type: none"> • Normalisasi saluran air • Pengadaan papan nama unit percontohan • Pengadaan papan zona 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan lapak pedagang ikan • Pembuatan papan nama unit percontohan • Pembuatan papan zona 10 titik 	<ul style="list-style-type: none"> • Instalasi air untuk los ikan • Perbaikan dan penerangan atap • Pengadaan gerobak motor 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan radioland • Pengadaan fasilitas radioland • Pengadaan fasilitas UKK

Pasar Sindangkasih, Majalengka

2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> • Revitalisasi tahap I (talang awning) 	<ul style="list-style-type: none"> • Revitalisasi tahap II (atap, lantai dan meja, bak cuci, pengecatan los, instalasi listrik dan perbaikan blok kuliner) • Pengadaan tong sampah terpilah • Pengadaan motor sampah 	-

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pasar Kemuning, Kota Pontianak

2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan lapak pedagang ikan tahap I 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan lapak pedagang ikan tahap II • Perubahan lapak pedagang bagian depan • Bak cuci 2 unit • Tempat sampah • Pengadaan <i>sound system</i> • Penghijauan di pasar 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan lantai los ikan • Pengadaan sarana Usaha Keselamatan Kerja (UKK)

Pasar Tejoagung, Kota Metro

2014
<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan meja pedagang ikan • Perbaikan saluran air

Pasar Lambocca, Kab. Bantaeng

2014
<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan meja pedagang ikan • Pembuatan IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) • Saluran air

Bank Sampah Anak Nagari Peduli (BASANDI)

Mulai beroperasi pada Oktober 2014, Bank Sampah Anak Nagari Peduli (BASANDI) menjadi kemitraan pertama di Pasar Ibul yang menggabungkan antara unsur pedagang, Pemerintah Kota, dan komunitas luar pasar yang peduli akan pasar rakyat. Untuk memperkuat kapasitas pengurus dan pengelola bank sampah, Danamon Peduli memfasilitasi pelatihan pengelolaan bank sampah dan studi banding pada awal proses pendirian Bank Sampah BASANDI. Studi banding bank sampah melibatkan 32 orang sedangkan pelatihan bank sampah diikuti oleh 20 peserta.

Terhitung hingga awal Desember 2014, terkumpul sampah jenis karton 632 kg, kaleng 8,5 kg, botol kaca 51,3 dan botol plastik 3 kg dengan total nasabah sebanyak 24 orang.

Pasar Ibul Payakumbuh adalah salah satu pasar rakyat terbesar di Indonesia dengan luas pasar 6 hektar, 800 pedagang sayur keliling yang dipasok kebutuhannya, 1500 pedagang tetap, dengan peredaran uang mencapai Rp2,5 milyar dalam 2 jam (jam 06.00-08.00 pagi).

Pengolahan Sampah Organik Terpadu

Sampah organik dapat diolah menjadi kompos yang selain bermanfaat untuk kesuburan tanah, juga bernilai ekonomis dalam hal mengurangi jumlah limbah pasar yang dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Data menunjukkan bahwa sampah organik yang diolah menjadi kompos mengurangi limbah sekitar 30%. Di pasar tradisional jumlah sampah organik cukup banyak dan dapat dimanfaatkan.

Skema pengolahan dan konversi sampah organik di pasar ini telah dirintis oleh Danamon Peduli di 31 lokasi sejak tahun 2008. Di bawah Program Pasar SEJAHTERA skema ini menjadi bagian tak terpisahkan dari upaya pelibatan luas pelaku pasar dalam menjaga kesehatan lingkungan pasar. Para pedagang dan pengelola secara kolektif bersama-sama mengurangi penumpukan sampah baik di dalam lingkungan pasar maupun di tempat pembuangan akhir melalui metode daur ulang.

Secara khusus Danamon Peduli memberikan dana bantuan untuk kegiatan *Reduce, Reuse, Recycle* (3R), peningkatan sarana dan prasarana di Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST) Rawasari, Jakarta, meliputi perbaikan fisik bangunan tempat pengolahan sampah, pengadaan alat operasional riset dan pelatihan, serta pengadaan alat pengolahan sampah. Dengan bantuan tersebut, diharapkan tempat pengolahan sampah menjadi lebih baik dan menambah fungsinya menjadi pusat riset persampahan yang mencakup aspek hukum, kelembagaan, pendanaan, sosial budaya dan aspek teknologi. Saat ini, TPST 3R Rawasari Jakarta mengolah sampah 2-4 ton per hari dan menghasilkan kompos sekitar 200-400 kg per hari. Untuk tahun 2014 ditargetkan memberikan pelatihan pengolahan sampah kepada sekitar 300 orang, pelatihan pengelolaan non organik berbasis 3R (*reduce, recycle, reuse*) dari bulan Juli hingga Agustus 2014.

Radio Komunitas

Radio komunitas adalah radio non frekuensi yang dikelola secara swadaya oleh pedagang. Melalui pelatihan yang melibatkan Dinas Komunikasi dan Informasi pedagang akan mendapatkan pelatihan untuk mengelola radio komunitas termasuk di dalamnya bagaimana menjadi seorang penyiar. Tujuan utama pengadaan radio komunitas ini adalah sebagai media sosialisasi dan edukasi perubahan perilaku menuju Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dalam upaya revitalisasi non fisik pasar tradisional yang ditujukan kepada komunitas pasar dan masyarakat luas. Radio komunitas mempunyai berbagai program baik hiburan seperti musik, program komunikasi antar warga pasar seperti penyebaran informasi berita duka atau kelahiran, dan program baik yang mengandung pesan promosi dan sosial. Diharapkan melalui kehadiran radio komunitas ini dapat meningkatkan pengetahuan pedagang dan masyarakat pengguna pasar lewat berbagai informasi yang bermanfaat.

Pasar yang telah memiliki dan mengoperasikan radio komunitas adalah Pasar Bunder di Kabupaten Sragen, Pasar Ibu di Kota Payakumbuh, Pasar Baru di Kota Probolinggo dan Pasar Grogolan di Kota Pekalongan.

Majalah Dinding

Majalah Dinding (Mading) merupakan media komunikasi, sosialisasi dan edukasi komunitas pasar dalam format cetak sekaligus upaya meningkatkan kapasitas pedagang. Mading yang dikelola secara swakelola oleh para pedagang ini selain berfungsi sebagai sarana edukasi perubahan perilaku hidup sehat dan bersih juga telah memberikan manfaat lain dalam bentuk penyaluran aspirasi warga pasar mengenai permasalahan dalam pasar selain juga sebagai penyaluran kreatifitas para pedagang. Guna membina dan menjaga semangat para pedagang untuk terus berkarya, Danamon Peduli menyelenggarakan pelatihan dan Lomba Mading setiap tahun bagi para pengelola Mading di setiap pasar.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pembentukan Koperasi

Gagasan pembentukan Koperasi berawal dari banyaknya masalah kebutuhan mendadak yang dihadapi pedagang pasar seperti: tambahan modal kerja, keperluan tidak terduga yang sifatnya bukan sebagai modal kerja. Sungguh memprihatinkan bahwa selama ini para pedagang pasar tidak memiliki pilihan lain selain menggantungkan keperluan pendanaan pada bank keliling atau rentenir yang sangat membebani mereka dengan bunga yang tinggi. Melalui keberadaan koperasi yang mengelola dana simpan pinjam diharapkan pedagang dapat memutus mata rantai ketergantungan pada bank keliling atau rentenir.

Di samping membantu pemenuhan kebutuhan pendanaan anggota koperasi, ternyata koperasi ini juga mampu mendorong para anggota koperasi untuk menyisihkan sejumlah kontribusi dana bagi kepentingan kebersihan lingkungan pasar. Hingga akhir tahun 2014, Danamon Peduli telah mendampingi pembentukan dua koperasi di Pasar Kemuning Pontianak Kalimantan Barat dan di Kampung Marunda Cilincing Jakarta Utara, dan pada saat ini ada dua koperasi lagi yang masih sedang dalam proses pembentukan yaitu di Pasar Bunder Kabupaten Sragen Jawa Tengah dan Pasar Baru Kota Probolinggo Jawa Timur.

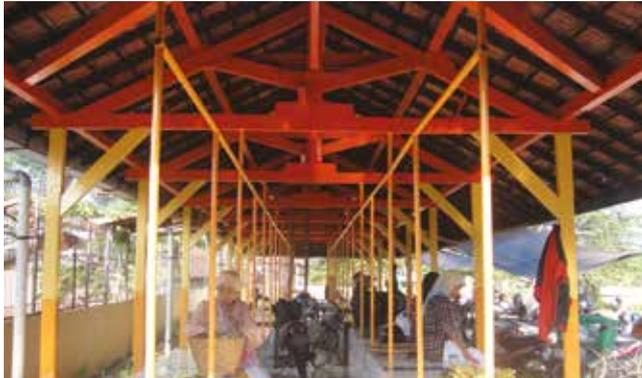
Tahun 2014 ini Danamon Peduli berkomitmen menyalurkan dana sebesar Rp2,8 miliar untuk pengembangan dan kelangsungan pasar rakyat di seluruh Indonesia di sebanyak 9 (sembilan) pasar rakyat antara lain meliputi 7 (tujuh) lokasi yang menjadi percontohan dan 2 pasar tradisional yang baru bergabung.

Dalam kapasitasnya sebagai mitra pembangunan, Danamon Peduli berharap bahwa pemerintahan yang baru lima tahun mendatang dapat menerapkan kebijakan dan mengambil langkah strategis yang berpihak kepada pengembangan pasar rakyat. Ke

depannya keberpihakan ini diharapkan mampu memberi dampak signifikan terhadap kelangsungan dan perkembangan pasar tradisional dibarengi dengan meningkatnya kesejahteraan pedagang dan masyarakat serta perekonomian Indonesia.

Pembelajaran tahun 2014 menunjukkan pentingnya kemitraan pemerintah pusat dan pemerintah daerah untuk bersama-sama melakukan sinergi dalam melakukan revitalisasi pasar tradisional dimana pemerintah dan pihak manapun dapat mengacu pada pembelajaran dari Program Pasar SEJAHTERA dari Danamon Peduli yang telah dimulai sejak 2010. Namun kemitraan lebih luas diperlukan untuk menghentikan penyusutan jumlah pasar yang terus terjadi tiap tahunnya karena ditinggalkan oleh masyarakat. Melalui kemitraan maka penggalan kekuatan akan mampu mempercepat laju pertumbuhan pasar tradisional melalui program Pasar SEJAHTERA. Dengan aksi bersama dari pemerintah, sektor swasta, dan lembaga masyarakat maka sekecil apapun kontribusi yang diberikan akan dapat saling mengisi dan menghasilkan dampak yang besar.

Untuk tahun 2015 dengan tema fokus kerja Danamon Peduli adalah "*Partnership and Stakeholder Engagement for Sustainable Development*" Danamon Peduli akan lebih mendorong dan memperluas kemitraan agar upaya revitalisasi pasar tradisional berjalan lebih cepat dan berkesinambungan, seiring dengan penguatan ekonomi kerakyatan pada level Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terbukti ampuh menangkal krisis keuangan global dan efek pasar bebas pada perekonomian sebuah negara. Hal ini sesuai dengan hasil diskusi terbatas "*Quo Vadis Pasar Tradisional*" yang menghasilkan 3 hal penting yaitu mendapatkan: (i) gambaran yang jelas terkait dengan perlindungan dan pemberdayaan pasar rakyat, dan permasalahan



Pasar Grogolan, Pekalongan



Pasar Ibu, Payakumbuh

pasar rakyat dalam rangka pengembangan dan kelangsungan pasar rakyat (ii) Strategi pemerintah dalam pengembangan dan kelangsungan pasar rakyat (iii) Pihak-pihak yang fokus pada pengembangan pasar rakyat untuk kemitraan.

2. Hari Bersih Pasar Nasional

Hari Bersih Pasar Nasional (HPBN) pada tanggal 28 Januari 2014 diperingati di Pasar Bunder, Kabupaten Sragen Jawa Tengah. Hadir dalam acara tersebut sekitar 150 tamu undangan yang terdiri dari Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah dari 7 lokasi Pasar SEJAHTERA para pedagang, media massa, komunitas setempat dan karyawan Danamon. Dalam kesempatan ini Danamon Peduli menyerahkan Modul Pasar SEJAHTERA yang berisi pembelajaran dan pengalaman selama 3 tahun yang diserahkan pada Kementerian Perdagangan serta 7 pemerintah daerah peserta Pasar SEJAHTERA. Dalam kurun waktu tersebut Pasar SEJAHTERA merupakan investasi sosial sebagai kunci yang menjamin kesinambungan dari segala upaya yang dilakukan dalam merevitalisasi pasar tradisional maupun memberdayakan para pelaku pasar, yaitu para pedagang serta meningkatkan kapasitas kelembagaan khususnya Pemerintah Daerah. Modul Pasar SEJAHTERA merupakan kontribusi penting Danamon Peduli kepada masyarakat yang diharapkan dimanfaatkan lebih luas dalam upaya pengembangan pasar tradisional di Indonesia. Modul tersebut juga

merupakan dokumentasi hidup yang dapat terus dilengkapi dan diperkaya oleh berbagai macam pihak yang telah menjalankan program pendampingan pasar tradisional.

Seminar Nasional Pasar SEJAHTERA pada peringatan HPBN diikuti oleh enam pembicara dan 60 peserta mewakili pemerintah daerah, pedagang dan karyawan Danamon serta media massa. Kegiatan ini adalah ajang berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang berbagai tantangan permasalahan dalam membina dan mengembangkan pasar tradisional dan mencoba menemukan solusi yang sesuai sebagai hasil pemikiran bersama. Seminar ini juga diikuti oleh wakil dari akademi, pemerhati masalah pasar dan kemasyarakatan, serta media. Sejalan dengan salah satu pendekatan kerja Danamon Peduli maka seluruh pembelajaran yang terjadi akan disebarluaskan, sumber pembelajaran (*knowledge management*) dengan semua pihak yang berkepentingan.

PELESTARIAN IKON REGIONAL

Sebagai salah satu kegiatan CSR dari Danamon Peduli, program Pelestarian Ikon Regional (PIR) ditujukan untuk memberdayakan masyarakat secara sosial dan ekonomi dalam melestarikan lingkungan dan warisan budaya di lingkungan mereka berada. Kegiatan program dirancang secara terintegrasi, meliputi: konservasi lingkungan, pemberdayaan ekonomi, serta pelestarian dan promosi budaya setempat. Untuk program PIR 2014 ini telah dialokasikan anggaran sejumlah Rp441.007.757,-.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Program ini pertama kali diluncurkan oleh Danamon Peduli pada tahun 2012 dan ditetapkan dilakukan Program Pelestarian Ikon Regional di kawasan Marunda Jakarta Utara, tepatnya di sekitar lokasi cagar budaya Rumah Si Pitung. Pitung adalah seorang putra Betawi asli yang hidup pada abad ke-19 dan telah menjadi legenda atas perjuangannya melawan ketidakadilan pemerintah kolonial Hindia Belanda. Di lokasi yang sama, juga terdapat cagar budaya lainnya, yaitu Masjid Al Alam yang merupakan masjid tertua di Jakarta. Keduanya merupakan dua destinasi dari program pariwisata Pemerintah DKI Jakarta Utara yaitu 12 Destinasi Jalur Wisata Pesisir Jakarta Utara.

Tahun kedua ini, Danamon Peduli lebih banyak melakukan kegiatan non fisik yang berfokus pada penguatan kapasitas kelembagaan dari pemangku kepentingan seperti: pendampingan pembentukan bank sampah, pendampingan dan pelatihan pembentukan koperasi, pelatihan penanaman sayuran serta pada kegiatan yang mencakup fisik dilakukan perbaikan fasilitas publik seperti Majelis Taklim dan Pendidikan Anak Usaha Dini (PAUD). Selain itu pengadaan fasilitas kesehatan lingkungan seperti gerobak motor, gerobak sampah, tempat-tempat sampah di pemukiman warga.

Memasuki tahun 2014 pelaksanaan program Danamon Peduli bersama masyarakat Marunda telah berupaya meningkatkan kapasitas masyarakat dalam hal pengelolaan lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya. Melalui diskusi kelompok disepakati kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Aspek Lingkungan

Tahun 2014 lebih dari 60 warga RT 01-09 terlibat dalam diskusi pengelolaan sampah untuk membentuk bank sampah. Pada tahun yang sama, Bank Sampah Sejahtera didirikan dan diresmikan bertempat di Kampung Marunda, RW 07, Kelurahan Marunda, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara.

Aspek Kebudayaan

Dalam rangka mendorong dan membangun kepercayaan diri warga untuk menjadi pelaku utama perubahan di wilayahnya sendiri, Danamon Peduli turut pula melakukan pendampingan dalam pembentukan berbagai kelompok kesenian lokal. Kelompok kesenian ini terdiri dari para wanita, pemuda dan anak-anak di Marunda dengan kegiatan rutin berisi pelatihan marawis, qasidah, tarian dan pencak silat. Pembentukan berbagai kelompok kesenian ini adalah untuk mendorong warga melestarikan budaya Betawi agar dapat dimanfaatkan sebagai kegiatan promosi yang tentunya akan menarik wisata lokal dan luar negeri berkunjung dan menyaksikan pertunjukan budaya yang lakoni oleh warga Marunda sendiri.

Di akhir 2013 sebagai upaya pelestarian dan promosi kreasi budaya yang ada di Marunda telah dilaksanakan “Festival Kampung Marunda” yaitu acara yang menampilkan kelompok-kelompok seni dan budaya Betawi yang dikembangkan di Kampung Marunda. Acara ini merupakan sarana alternatif hiburan yang disajikan bagi wisatawan pengunjung Rumah Si Pitung sekaligus mendorong ekonomi kerakyatan melalui bazar kuliner khas lokal, pengelolaan lahan parkir dan bazar kerajinan tangan setempat. Hal ini merupakan rangkaian dari dukungan Danamon Peduli yang pada tahun sebelumnya telah mendirikan 6 (enam) unit stan promosi produk unggulan Jakarta Utara di Rumah Si Pitung.

Aspek Ekonomi

Dalam pemberdayaan ekonomi, Danamon Peduli memfasilitasi pembentukan Koperasi Simpan Pinjam Mandiri Marunda. Selain koperasi, telah didirikan unit usaha pembayaran tagihan rutin bulanan seperti listrik, air dan lain lain. Sementara itu, Koperasi Simpan Pinjam Mandiri Marunda mempunyai dua saluran dana, yaitu simpan pinjam anggota dan dana bergulir yang diperuntukkan bagi anggota yang

mengajukan proposal usaha. Dana koperasi ini didukung oleh dana qordhu hasan yang dipercayakan oleh Danamon Syariah kepada Danamon Peduli sebagai dana bergulir yang juga melibatkan Al Azhar Peduli Umat sebagai mitra kerja Danamon Peduli. Oleh karena itu atas kesepakatan warga, penyelenggaraan kegiatan koperasi sepenuhnya berbasiskan syariah.

Program Pelestarian Ikon Regional di Marunda juga mempunyai keistimewaan, karena merupakan salah satu percontohan dari program Gerakan Ekonomi Syariah (GRES!) yang bertujuan meningkatkan pelaksanaan ekonomi syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat di tanah air. Pada tahun 2014 anggota Koperasi Simpan Pinjam Mandiri Marunda telah memiliki anggota 30 orang, dan menerima dukungan dana Qardhu Hasan dari Danamon Syariah dan dikelola Danamon Peduli sebesar Rp25.000.000.

PROGRAM PEDULI LINGKUNGAN

Menyadari bahwa adanya dampak *negative* bagi lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan, Danamon Peduli mengalokasikan dana bantuan senilai total Rp4.580.548.524 melalui program Peduli Lingkungan di tahun 2014 yang melibatkan 2.244 cabang unit Danamon dan Adira, serta 6.577 karyawan yang menjadi relawan kegiatan.

Dalam kegiatan Peduli Lingkungan ini, jaringan kantor wilayah Danamon dan anak perusahaannya yang berada di seluruh Indonesia dapat menentukan 1 (satu) bentuk kegiatan dari 4 (empat) kategori kegiatan pokok yaitu:

- Kegiatan pengumpulan, pengurangan dan pengelolaan sampah
- Kegiatan penghijauan dan pembuatan lubang biopori
- Kegiatan pembuatan penampungan air bersih dan sanitasi

- Kegiatan perbaikan sarana/fasilitas publik yang dibutuhkan dalam rangka pemeliharaan lingkungan.

Pada tahun 2014, sebagai *pilot project* di area Jakarta, Danamon memulai pengembangan lebih lanjut kegiatan 3R ini dengan mengawal proses daur ulang sampah non organik khususnya limbah sampah kertas yang terkumpul dari kantor-kantor Danamon hingga penggunaan kembali kertas daur ulang yang dihasilkan dari limbah kertas Danamon dan Adira. Kegiatan ini melibatkan 14 kantor pusat Danamon dan Adira di area Jakarta. Danamon Peduli juga menghitung jejak karbon (*carbon footprint*) sebagai komitmen Danamon dalam pengurangi emisi karbon (*CO2 emission*). Dengan mengurangi jumlah karbon maka Danamon berperan dalam mengurangi pemanasan global. Caranya beragam antara lain dengan penanaman pohon yang menyerap karbon, mendaur ulang sampah kertas dan menggunakannya kembali, dan pengumpulan berbagai sampah organik untuk dikonversi menjadi pupuk untuk memperbaiki kesehatan kandungan tanah.

Inisiatif memilah sampah kertas untuk didaur ulang dan dipakai kembali adalah komitmen Bank dalam upaya mengurangi jumlah emisi karbon. Menggunakan kembali kertas daur ulang dapat mengurangi penebangan pohon yang diperlukan untuk membuat kertas baru. Kertas daur ulang hasil pilah dan olah sampah kertas limbah kantor ini digunakan kembali dalam berbagai bentuk, salah satunya untuk memenuhi kebutuhan cetak Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan yang 100% menggunakan kertas daur ulang sendiri. Dalam melakukan proses daur ulang Danamon Peduli bermitra dengan salah satu nasabah Danamon yang memiliki *core business* pada pengelolaan limbah kertas menjadi kertas daur ulang. Ini merupakan upaya meningkatkan kerjasama Danamon dan nasabah dari sekedar transaksi bisnis. Kertas daur ulang yang dihasilkan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

digunakan pula untuk kantong kertas sebagai tempat pemberian souvenir Danamon (*Goody Bag/Company Merchandise*). Danamon Peduli turut pula memanfaatkan kertas daur ulang untuk pembuatan kartu nama karyawan dan kartu ucapan hari besar.



Target untuk tahun 2014 kurang lebih 3.000 lembar kertas daur ulang atau minimum 5.000 kg limbah kertas untuk digunakan dalam Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan dan Laporan Perusahaan. Selain itu diharapkan akan ada 600 kantong kertas untuk berbagai keperluan.

Kegiatan *Walk and Run for Recycling* adalah sebuah inisiatif baru yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan karyawan melalui kegiatan olah raga yang selaras dengan kegiatan terkait lingkungan. Bertempat *start* dan *finish* di Museum Mandala sebanyak 250 orang terdiri dari karyawan Danamon, keluarga dan para undangan ikut memeriahkan

Walk & Run for Recycling yang dibagi dalam 2 kategori: jalur yang dilalui untuk dewasa sepanjang 5 KM dan jalur yang dilalui untuk anak-anak sepanjang 1 KM. Sepanjang jalur tersebut mereka diharapkan mengumpulkan sampah kertas yang ditemukan. Dengan mengumpulkan sampah kertas dalam kegiatan berolah raga menunjukkan sikap dan pernyataan bahwa Danamon tidak saja memperhatikan pentingnya berolahraga bagi kesehatan namun juga sadar akan pentingnya menjaga kesehatan lingkungan.

Penanaman pohon terus dilakukan agar mampu menyerap dan mengurangi emisi karbon yang terus menumpuk di atmosfer, sekaligus menjadi paru-paru kota, dan upaya pelestarian pohon langka Indonesia. Kegiatan penanaman pohon langka ini dilakukan di Museum Mandala di Jakarta. 5 (lima) tanaman buah langka yaitu tanaman Jamblang, Menteng, Kecapi, Sawo Kecil, dan Sawo Mentega. Kegiatan ini juga merupakan upaya melindungi dan melestarikan tanaman buah langka agar tetap menjadi kekayaan keragaman hayati yang dapat diwariskan kepada generasi penerus bangsa. Seluruh pohon tersebut diserahkan kepada pihak Museum Mandala untuk dirawat dan sepenuhnya dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat. Secara keseluruhan penanaman sebanyak 3.000 pohon telah melibatkan 6.887 relawan dari Danamon dan Adira dari Januari hingga Agustus 2014

Untuk mendukung pengelolaan sampah di area pemukiman, Danamon dan Adira Wilayah 2 Area Jawa Barat telah memberi fasilitas berupa 33 tong sampah, membangun 15 sumur resapan, 2 bio-digester yang disebar di beberapa titik antara lain di Jawa Barat (Bojong Loa Kaler, Kebon Gedang, Sekar Arum & Lio Genteng).

Danamon Peduli turut pula mendukung pembangunan air mancur untuk melengkapi sarana di taman kota sebagai upaya

perbaikan fisik Ruang Hijau Terbuka (RHT). Kegiatan ini bekerja sama dengan Pemerintah Kota Surabaya, Jawa Timur melalui Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Surabaya yang dalam acara peresmianya melibatkan lebih dari 300 karyawan Danamon dan Adira dan sebanyak 100 orang dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan kota Surabaya serta masyarakat sekitarnya. Fungsi taman termasuk mengurangi emisi karbon, menghasilkan oksigen, menurunkan suhu dan kebisingan, dan menjadi ruang publik yang sehat.

CEPAT TANGGAP BENCANA

Sebagai bagian dari kehidupan bermasyarakat, Danamon Peduli turut andil dalam aksi kepedulian yang terjadi akibat bencana alam maupun bencana yang dikarenakan kelalaian manusia. Aksi ini masuk di dalam rangkaian kegiatan Program Cepat Tanggap Bencana (CTB) yakni salah satu program CSR Danamon Peduli yang bertujuan memberikan bantuan pertama kepada masyarakat umum korban bencana. Dalam pelaksanaannya, Danamon Peduli senantiasa bekerja sama dengan karyawan di seluruh cabang dan unit usaha yang berada di bawah jaringan Danamon dan anak perusahaan yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia sehingga secara cepat dan tanggap bantuan dapat segera disalurkan kepada yang membutuhkan dimanapun bencana terjadi.

Hingga saat ini, melalui relawan yang berasal dari karyawan telah disalurkan bantuan senilai Rp261.169.707,- kepada lebih dari 14,000 jiwa korban bencana. Lokasi bencana yang telah mendapatkan bantuan ini adalah Kudus (Banjir), Jakarta (Banjir), Manado (Banjir), Pati (Banjir), Jember (Banjir), Kudus (Banjir dan Longsor), Karawang (banjir), Balikpapan (Kebakaran Pasar), Kabanjahe & Karo (Erupsi Gunung Sinabung), Karawang (Banjir), Kediri, & Malang (Erupsi Gunung Kelud).

Dana berasal dari anggaran tahunan Danamon Peduli dan donasi karyawan Danamon beserta ketiga anak perusahaannya. Seluruh dana yang diterima digunakan untuk penyediaan pemenuhan kebutuhan pokok korban bencana khususnya yang berada di lokasi pengungsian seperti: makanan siap saji, air bersih, makanan bayi, obat-obatan, dan berbagai perlengkapan dasar pengungsian lainnya.

Pengelolaan dana yang dipakai sebagai donasi program Cepat Tanggap Bencana ini dilaporkan secara berkala melalui situs resmi Danamon Peduli <http://danamonpeduli.org/laporan-donasi> dan akan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik sebagai bentuk akuntabilitas baik internal maupun eksternal. Selain itu, guna memastikan bantuan dapat menjangkau seluas-luasnya masyarakat yang membutuhkan, Danamon Peduli juga menjalin kerjasama dengan badan-badan terkait untuk penanggulangan bencana, seperti Palang Merah Indonesia, Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), dan Aksi Cepat Tanggap (ACT). Bentuk kerja sama yang dilakukan berupa koordinasi dalam penyaluran bantuan.

KETENAGAKERJAAN, KESEHATAN, KESELAMATAN KERJA DAN LINGKUNGAN (K3L)

Ketenagakerjaan

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab Danamon mematuhi peraturan resmi ketenagakerjaan yang berlaku. Namun lebih dari memenuhi aturan hukum, Danamon menganggap karyawan sebagai asset perusahaan yang penting sehingga perlu dijaga, dikembangkan sesuai potensinya dan diberdayakan. Dalam hal jejak karir Danamon menerapkan nilai kesetaraan baik bagi perempuan maupun pria, peluangnya sama, tergantung pada kinerja yang ditunjukkan, tanpa sikap diskriminasi.

Hubungan Industrial yang harmonis dengan karyawan juga diberi perhatian penuh. Serikat Pekerja memiliki hubungan yang baik dengan manajemen. Danamon menjamin hak pekerja untuk kebebasan berekspresi dan membuat serikat kerja sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Perpanjangan Kerjasama antara Serikat Buruh dan Danamon tetap berlangsung hingga akhir tahun 2014 sesuai Keputusan Dirjen Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja No.Kep. 10/PHIJSK-PKKAD/PKB/I/2013 perihal Pendaftaran Perpanjangan Perjanjian Kerja Bersama.

Prestasi kerja dan kinerja dari karyawan mendapat penghargaan sesuai hasil penilaian yang dilakukan berkala oleh Danamon. Melalui penilaian resmi Evaluasi Akhir Tahun 2014 telah dilakukan penilaian kinerja karyawan yang menjadi salah satu pertimbangan dalam penentuan pemberian penghargaan pada karyawan, seperti kenaikan gaji, bonus tahunan maupun kenaikan jabatan sesuai dengan peraturan penilaian kinerja karyawan.

Hak Cuti

Danamon memberikan hak cuti pada setiap karyawan sesuai dengan peraturan hak cuti dari Kementerian Tenaga Kerja dan peraturan Bank. Selain itu, karyawan juga mendapat izin khusus untuk tidak masuk kantor untuk keperluan pribadi seperti misalnya: kematian keluarga atau pernikahan karyawan itu sendiri. Izin khusus tersebut tidak termasuk dalam cuti tahunan karyawan.

Kesehatan

Sebagai upaya untuk mendorong gaya hidup sehat maka berbagai kegiatan dan fasilitas diadakan oleh Danamon untuk menumbuhkan pentingnya kesadaran menjaga kesehatan sendiri. Kesehatan adalah satu faktor penting untuk menjamin kinerja karyawan dan pada akhirnya menunjang kinerja perusahaan. Menjaga kesehatan dengan demikian menjadi tanggung jawab bersama.

Kegiatan dan Fasilitas terkait kesehatan disediakan oleh Danamon untuk menumbuhkan kesadaran pentingnya kesehatan dan untuk menjaga kesehatan.

Kegiatan olahraga

Karyawan dapat memilih kegiatan kesehatan sesuai dengan kebutuhan dan minatnya. Beberapa kegiatan kesehatan oleh Danamon adalah:

- Klub Olahraga
Karyawan dapat memilih jenis olahraga yang diminati di antaranya futsal, bulutangkis, bola voli, bola basket, tenis meja, tenis, senam/aerobik, sepeda, *bowling*, lari, beladiri.
- Kompetisi Olahraga Antar wilayah/“Danamon Games”:
Kegiatan kompetisi olahraga dua tahunan yang diadakan Bank dengan melibatkan perwakilan karyawan dari seluruh wilayah di Indonesia. Kegiatan ini untuk meningkatkan semangat sportivitas antar karyawan
- Gerakan Cuci Tangan: gerakan pola hidup bersih dengan pembagian stiker cara cuci tangan yang tepat dan sehat.

Informasi Kesehatan

- *Health Talk*
Seminar dari pembicara ahli kesehatan seputar topik kesehatan yang relevan (gula darah, kolesterol, makan sehat, penyakit kronis dan sebagainya)
- Rubrik Kesehatan *Online*: media *online* yang dapat diakses karyawan melalui www.simassehat.com dan halaman D’Club pada intranet Danamon. Media ini menyediakan informasi kesehatan di lingkungan kerja seperti pentingnya melakukan peregangan (*stretching*) secara berkala saat bekerja.
- *Health Fair*: kegiatan pameran yang diisi oleh berbagai penyedia jasa kesehatan.

Fasilitas Kesehatan

- Ruang Laktasi: ruang menyusui yang higienis dan nyaman di kantor bagi karyawan yang menyusui.

Penunjang

- Klub Seni dan Hobi: klub bagi kelompok karyawan yang memiliki minat dan hobi, seperti fotografi, memancing, paduan suara, grup vokal, band.

Keselamatan Kerja dan Lingkungan

Keselamatan kerja dan keamanan lingkungan merupakan tanggung jawab Danamon pada karyawan di tempat kerja mereka. Meskipun resiko kecelakaan kerja di industri perbankan relatif rendah dibandingkan dengan industri pertambangan atau manufaktur Danamon tetap memberikan perhatian pada keselamatan karyawan.

Upaya *safety and security* Danamon meliputi antara lain:

- Penetapan prosedur dan sumber daya tanggap darurat prosedur dan sumber daya tanggap darurat (bencana alam, kebakaran, huru-hara), termasuk pembentukan Pusat Komando baik tingkat korporasi maupun Wilayah/Regional untuk Danamon dan Anak Perusahaan.
- Pelaksanaan latihan evakuasi secara berkala.
- Sosialisasi prosedur keselamatan kepada karyawan secara terus menerus antara lain dengan *e-mail blast*.
- Memperhatikan aspek K3L pada setiap gedung yang dibangun atau ditempati
- Memastikan rasio kepadatan (*density ratio*) jumlah karyawan dalam ruangan memenuhi standar yang berlaku.
- Memastikan sistem penerangan (*lighting*), pendingin udara dan sirkulasi udara berjalan dengan baik.

TANGGUNG JAWAB KEPADA KONSUMEN

Tanggung Jawab Informasi Produk dan Layanan

Danamon memberi informasi mengenai produk dan layanan yang ada. Dalam menjalankan tanggung jawab ini ada dua pendekatan, yakni memberikan edukasi kepada nasabah dan calon nasabah, serta memberikan pelatihan dan pembekalan bagi para *frontliners* Bank.

Edukasi Nasabah

Dalam menetapkan pilihan produk dan layanan yang ditawarkan Danamon, nasabah dan calon nasabah perlu mengetahui dengan akurat keuntungan dan resiko dari tiap produk dan layanan yang ada. Informasi yang lengkap akan membantu dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan, karakteristik maupun profil risiko masing-masing nasabah maupun calon nasabah.

LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN KEPADA KONSUMEN DAN/ATAU MASYARAKAT PT BANK DANAMON INDONESIA, TBK. TAHUN 2014

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
1	Perbankan Mikro	Balikpapan, Bandung, Cirebon, Denpasar, Jakarta, Jambi, Manado, Malang, Makassar, Medan, Palembang, Pekanbaru, Semarang, Solo, dan Surabaya	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar	7.080	Temu Nasabah dan Calon Nasabah
2	Perbankan Mikro	Balikpapan, Bandung, Cirebon, Denpasar, Jakarta, Jambi, Manado, Malang, Makassar, Medan, Palembang, Pekanbaru, Semarang, Solo, dan Surabaya	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar	3.100	Pelatihan pengembangan usaha
3	Perbankan Mikro	Balikpapan, Bandung, Cirebon, Denpasar, Jakarta, Jambi, Manado, Malang, Makassar, Medan, Palembang, Pekanbaru, Semarang, Solo, dan Surabaya	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar	6.390	Temu Nasabah dan Calon Nasabah
4	Perbankan Mikro	Balikpapan, Bandung, Cirebon, Denpasar, Jakarta, Jambi, Manado, Malang, Makassar, Medan, Palembang, Pekanbaru, Semarang, Solo, dan Surabaya	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar	1.700	Pelatihan pengembangan usaha
5	Perbankan Mikro	Jakarta	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar	65	Jalan Jalan Pintar
6	Perbankan Mikro	Jakarta	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	480	Perencanaan Keuangan Keluarga
7	Perbankan Mikro	Medan	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga
8	Perbankan Mikro	Samarinda	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga
9	Perbankan Mikro	Makassar	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga
10	Perbankan Mikro	Denpasar	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga
11	Perbankan Mikro	Serang	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Penjelasan Singkat tentang produk -produk perbankan mikro dan peranannya.	Program <i>Community Gathering</i>	Januari-Maret 2014	Rp98.333.333	Marcomm DSP
Masyarakat sekitar pasar dapat termotivasi dalam mengembangkan bisnisnya dengan dibekali pengetahuan seputar kewirausahaan sekaligus pemahaman seputar perbankan mikro	Diskusi & Konsultasi	Januari-Maret 2014	Rp38.750.000	Marcomm DSP
Penjelasan Singkat tentang produk -produk perbankan mikro dan peranannya.	Program <i>Community Gathering</i>	April-Juni	Rp88.750.000	Marcomm DSP
Masyarakat sekitar pasar dapat termotivasi dalam mengembangkan bisnisnya dengan dibekali pengetahuan seputar kewirausahaan sekaligus pemahaman seputar perbankan mikro	Diskusi & Konsultasi	April-Juni 2014	Rp21.250.000	Marcomm DSP
<i>Roadshow</i> Nasabah Mikro yang sukses dlm berwirausaha untuk berbagi ilmu kewirausahaan ke masyarakat umum	Diskusi & Konsultasi	Juni 2014	Rp83.333.333	Marcomm DSP
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	<i>Regional Sales Marketing Manager</i>
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	<i>Regional Sales Marketing Manager</i>
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	<i>Regional Sales Marketing Manager</i>
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	<i>Regional Sales Marketing Manager</i>
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	<i>Regional Sales Marketing Manager</i>
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	<i>Regional Sales Marketing Manager</i>

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
12	Perbankan Mikro	Cirebon	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga & Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
13	Perbankan Mikro	Semarang	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga & Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
14	Perbankan Mikro	Kediri	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga & Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
15	Perbankan Mikro	Surabaya	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga & Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
16	Perbankan Mikro	Bandung	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga & Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
17	Perbankan Mikro	Yogyakarta	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	280	Perencanaan Keuangan Keluarga & Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
18	Perbankan Mikro	Manado	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	100	Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
19	Perbankan Mikro	Pekanbaru	Ibu Rumah Tangga dan pengusaha UMKM	100	Sosialisasi SIKAPI dengan SiMOLEK
20	Perbankan UKM	Bogor	pengusaha UMKM dan Komunitas Pasar	103	Pengelolaan Keuangan. Tema: Usaha Cerdas Menuju Kesejahteraan Nasional
21	Perbankan UKM	Bekasi	pengusaha UMKM dan Komunitas Pasar	277	Pengelolaan Keuangan. Tema: Usaha Cerdas Menuju Kesejahteraan Nasional
22	Perbankan Konsumer	Surabaya	Mahasiswa	50	Perencanaan keuangan sejak dini.
23	Perbankan Konsumer	Surabaya	Mahasiswa	50	Perencanaan keuangan sejak dini.
24	Perbankan Konsumer	Surabaya	Mahasiswa	50	Perencanaan keuangan sejak dini.
25	Perbankan Konsumer	Surabaya	Mahasiswa	50	Perencanaan keuangan sejak dini.
26	Perbankan Konsumer	Surabaya	Mahasiswa	50	Perencanaan keuangan sejak dini.

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp39.000.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui program SIKAPI	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp2.500.000	Regional Sales Marketing Manager
mengetahui program SIKAPI	Diskusi dan Konsultasi	5 s/d 11 Mei 2014	Rp2.000.000	Regional Sales Marketing Manager
Mengetahui cara memisahkan keuangan pribadi dengan usaha, serta edukasi mengenai produk keuangan yang tepat.	Program Community Gathering	5 s/d 6 Mei 2014	Rp10.000.000	Marcomm SME
Mengetahui cara memisahkan keuangan pribadi dengan usaha, serta edukasi mengenai produk keuangan yang tepat.	Program Community Gathering	7 s/d 9 Mei 2014	Rp10.000.000	Marcomm SME
Agar mahasiswa tahu lebih awal tentang produk-produk Perbankan, manfaat dan risikonya sebelum mereka memasuki dunia kerja	Kunjungan ke Kampus UBAYA	5-Mei-2014	Rp1.542.750	Marcomm Retail Banking
Agar mahasiswa tahu lebih awal tentang produk-produk Perbankan, manfaat dan risikonya sebelum mereka memasuki dunia kerja	Kunjungan ke Kampus-UPN Fak. FISIP	6-Mei-2014	Rp1.542.750	Marcomm Retail Banking
Agar mahasiswa tahu lebih awal tentang produk-produk Perbankan, manfaat dan risikonya sebelum mereka memasuki dunia kerja	Kunjungan ke Kampus UBAYA Fak. Psikologi	7-Mei-2014	Rp1.542.750	Marcomm Retail Banking
Agar mahasiswa tahu lebih awal tentang produk-produk Perbankan, manfaat dan risikonya sebelum mereka memasuki dunia kerja	Kunjungan ke Kampus Hangtuh	8-Mei-2014	Rp1.542.750	Marcomm Retail Banking
Agar mahasiswa tahu lebih awal tentang produk-produk Perbankan, manfaat dan risikonya sebelum mereka memasuki dunia kerja	Kunjungan ke Kampus Unair Kampus B (Ekonomi)	9-Mei-2014	Rp1.542.750	Marcomm Retail Banking

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
27	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	200	Bekerjasama dengan Harian Tribun dan Radio Smart FM mengadakan <i>event</i> di lapangan merdeka dan CBD Polonia Medan
28	Perbankan Konsumer	Tanjung Balai	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
29	Perbankan Konsumer	Kisaran	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
30	Perbankan Konsumer	Tebing Tinggi	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
31	Perbankan Konsumer	Rantau Prapat	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
32	Perbankan Konsumer	P. Siantar	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
33	Perbankan Konsumer	Deli serdang	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
34	Perbankan Konsumer	P. Sidempuan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
35	Perbankan Konsumer	Gunung Sitoli	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
36	Perbankan Konsumer	Tanjung Balai	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
37	Perbankan Konsumer	Kisaran	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
38	Perbankan Konsumer	Tebing Tinggi	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
39	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Radio Talkshow	27-Apr-2014	Rp2.500.000	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	11-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	16-17 April 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	23-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	17-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	21-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	9-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	4-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	14-Apr-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	22-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	18-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	20-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	7 & 8 Mei 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
40	Perbankan Konsumer	Tanjung Morawa	Masyarakat Umum	300	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
41	Perbankan Konsumer	Pematang Siantar	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
42	Perbankan Konsumer	Deli Serdang	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
43	Perbankan Konsumer	Padang Sidempuan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
44	Perbankan Konsumer	Sibolga	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
45	Perbankan Konsumer	Gunung Sitoli	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
46	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
47	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	10	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
48	Perbankan Konsumer	SM Raja	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
49	Perbankan Konsumer	Tanjung Balai	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
50	Perbankan Konsumer	Kisaran	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
51	Perbankan Konsumer	Tebing Tinggi	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
52	Perbankan Konsumer	Rantau Prapat	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
53	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Program Community Gathering	25-Mei-2014	Rp666.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	19-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	4-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	9-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	8-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	8-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	09-10 Mei 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	16-Mei-2014	Rp250.000	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	10-Mei-2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	13 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	14 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	10 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	13 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	20 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
54	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
55	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
56	Perbankan Konsumer	Tanjung Morawa	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
57	Perbankan Konsumer	P. Siantar	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
58	Perbankan Konsumer	Deli serdang	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
59	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
60	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
61	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
62	Perbankan Konsumer	Medan	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
63	Perbankan Konsumer	SM Raja	Masyarakat Umum	100	Edukasi produk dan layanan perbankan konvensional kepada masyarakat di sekitar Danamon
64	Perbankan Konsumer	Jakarta, Jawa Timur, Yogyakarta & Sumatra	Mahasiswa	250	Sosialisasi Fitur-fitur & Program Tabungan Danamon Lebih dan Tabungan Ku
65	Perbankan Konsumer- <i>Wealth Management</i>	Makasar	Masyarakat kelas menengah atas, terutama Ibu-ibu Pengusaha/ rumah tangga	150	Temu Nasabah Prioritas
66	Perbankan Konsumer- <i>Wealth Management</i>	Surabaya	Masyarakat kelas menengah atas, terutama Ibu-ibu Pengusaha/ rumah tangga	200	Temu Nasabah Prioritas
67	Perbankan Syariah	Jakarta	Pengusaha UMKM	25	Pengelolaan Keuangan dan Investasi Keluarga

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	10 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	10-11 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	08 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	16 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	18 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	13 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	07 & 27 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	13 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	13 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Diskusi & Konsultasi	06 Juni 2014	Rp416.667	Marcomm Retail Banking
Mengetahui pentingnya menabung sedini mungkin dan mahasiswa mengetahui manfaat dan fitur produk2 Danamon	Kunjungan ke Kampus2	April-Juni 2014	Rp90.000.000	Marcomm Retail Banking
Informasi mengenai <i>Market Update</i> dan <i>Economic Outlook</i>	<i>Investment Talkshow</i>	5 Juni 2014	Rp18.333.333	Wealth Management
Informasi mengenai <i>Market Update</i> dan <i>Economic Outlook</i>	<i>Investment Talkshow</i>	18 Juni 2014	Rp18.333.333	Wealth Management
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi untuk keluarga	Diskusi dan konsultasi	10-Mei-2014	Rp4.000.000	Marcomm Syariah

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
68	Perbankan Syariah	Jakarta	Ibu Rumah Tangga	36	Pengelolaan Keuangan dan Investasi Keluarga
69	Perbankan Syariah	Bandung	Ibu Rumah Tangga	100	Pengelolaan keuangan keluarga
70	Perbankan Syariah	Bandung	Masyarakat Umum	100	Pengelolaan keuangan keluarga
71	Perbankan Syariah	Jogjakarta	Ibu Rumah Tangga	50	Pengelolaan keuangan keluarga
72	Perbankan Syariah	Lampung	Ibu Rumah Tangga, Pelajar, Mahasiswa, dll	50	Pengelolaan keuangan dan investasi
73	Perbankan Syariah	Tangerang	Ibu Rumah Tangga, Pelajar, Mahasiswa, dll	50	Pengelolaan keuangan dan investasi
74	Perbankan Syariah	Batam	Ibu Rumah Tangga, Pelajar, Mahasiswa, dll	100	Pengelolaan keuangan dan investasi
75	Perbankan Syariah	Jakarta	UMKM	25	Pengelolaan Keuangan dan Investasi Keluarga
76	Perbankan Syariah	Jakarta	Ibu Rumah Tangga	36	Pengelolaan Keuangan dan Investasi Keluarga
77	Perbankan Syariah	Depok	Ibu Rumah Tangga, Pelajar, Mahasiswa, dll	100	Pengelolaan keuangan dan investasi
78	Perbankan Syariah	Jakarta	Media	100	Pengelolaan keuangan dan investasi
79	HUMAS	Nasional	Masyarakat Umum	60,048	Economic Outlook 2014
80	HUMAS	Nasional	Masyarakat Umum	113,424	Era Kebangkitan UKM
81	HUMAS	Nasional	Masyarakat Umum	33,360	Peranan <i>Multi Finance</i> dalam perekonomian Indonesia
82	HUMAS	Nasional	Masyarakat Umum	66,720	Peranan OJK dalam Memajukan Industri Keuangan di Indonesia
83	HUMAS	Nasional	Masyarakat Umum	26,688	Meningkatkan Kualitas Hidup dengan Solusi Perbankan yang Lebih Cerdas

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi untuk keluarga	Diskusi dan konsultasi	11-Mei-2014	Rp4.000.000	Marcomm Syariah
Mengetahui aspek-aspek penting pengelolaan keuangan keluarga	<i>Talkshow</i> dengan menghadirkan <i>Financial Planner</i> : Ahmad Ghozali	30-Jan-2014	Rp2.750.000	Marcom Syariah, bekerjasama dgn OJK & perbankan Syariah
Mengetahui aspek-aspek penting pengelolaan keuangan keluarga	<i>Talkshow</i> Radio dgn Syariah Marcom dan Syariah <i>Retail Funding Head</i>	29-Jan-2014	Rp250.000	Marcomm Syariah
Mengetahui aspek-aspek penting pengelolaan keuangan keluarga	<i>Talkshow</i> dengan menghadirkan <i>Financial Planner</i> : Ahmad Ghozali	20-Feb-2014	Rp2.500.000	Marcom Syariah, bekerjasama dgn OJK & perbankan Syariah
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi	<i>Talkshow</i> dengan menghadirkan <i>Financial Planner</i> : Ahmad Ghozali	20-Mar-2014	Rp2.166.667	Marcom Syariah, bekerjasama dgn OJK & perbankan Syariah
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi	<i>Talkshow</i> dengan menghadirkan <i>Financial Planner</i> : Ahmad Ghozali	10-Apr-2014	Rp2.416.667	Marcom Syariah, bekerjasama dgn OJK & perbankan Syariah
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi	<i>Talkshow</i> dengan menghadirkan <i>Financial Planner</i> : Ahmad Ghozali	1-Mei-2014	Rp2.500.000	Marcom Syariah, bekerjasama dgn OJK & perbankan Syariah
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi untuk keluarga	Diskusi dan konsultasi	10-11 Mei 2014	Rp666.667	Marcomm Syariah
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi untuk keluarga	Diskusi dan konsultasi	10-11 Mei 2014	Rp666.667	Marcomm Syariah
Mengetahui sarana pengelolaan uang dan investasi	<i>Talkshow</i> dengan menghadirkan <i>Financial Planner</i> : Ahmad Ghozali	19-Jun-2014	Rp2.416.667	Marcom Syariah, bekerjasama dgn OJK & perbankan Syariah
Mengetahui berbagai produk dan program dari Danamon Syariah serta perkembangan perbankan Syariah terkini	<i>Media Gathering</i>	30-Jun-2014	Rp2.500.000	Marcomm Syariah
Masyarakat luas mengetahui kondisi dan situasi Ekonomi Indonesia tahun 2014	TV <i>Talkshow</i>	7 & 11 Januari 2014	Rp432.612.067	Public Affairs
Masyarakat mengetahui peranan perbankan dalam pertumbuhan UKM di Indonesia	TV <i>Talkshow</i>	21 & 28 Januari 2014	Rp439.069.567	Public Affairs
Masyarakat mengetahui Peranan Multi Finance dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia	TV <i>Talkshow</i>	4 & 11 Februari 2014	Rp432.612.067	Public Affairs
Masyarakat Umum mengetahui tentang Fungsi dan Tugas dari OJK	TV <i>Talkshow</i>	18 & 25 Februari 2014	Rp432.612.067	Public Affairs
Masyarakat umum dapat lebih cerdas dalam memilih produk2 perbankan.	TV <i>Talkshow</i>	4 & 11 Maret 2014	Rp432.612.067	Public Affairs

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
84	Perbankan Mikro	Pasar-pasar tradisional di kota: Balikpapan, Bandung, Cirebon, Denpasar Jakarta, Jambi, Makassar, Malang, Manado, Medan, Palembang, Pekanbaru, Semarang, Solo, dan Surabaya	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tanga, Komunitas pasar.	7.231	Pengenalan dan Penjelasan singkat tentang Produk dasar perbankan beserta programnya.
85	Perbankan Mikro	Region: Balikpapan & Jambi	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tanga, Komunitas pasar.	197	Pengetahuan seputar kewirausahaan serta pengembangan usaha dan pemahaman perbankan
86	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	40	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
87	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	30	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
88	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	40	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
89	Perbankan Konsumer	Semarang	Ibu-Ibu Rumah Tangga	17	Perencanaan keuangan keluarga untuk pendidikan anggota keluarga
90	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	200	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
91	Perbankan Konsumer	Semarang	Wirasahawan	40	Peranan Perbankan dalam Mengembangkan Usaha
92	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	31	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
93	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	60	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
94	Perbankan Konsumer	Semarang	Profesional	35	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
95	Perbankan Konsumer	Semarang	Pegawai Swasta	17	Mengenal produk perbankan, manfaat dan risikonya serta fungsinya dalam membantu perencanaan keuangan
96	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	8	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
97	Perbankan Konsumer	Semarang	Pegawai BUMN	50	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta resikonya.	<i>Customer Gathering</i>	Juli-Sept 2014	Rp159.387.333	
Masyarakat sekitar pasar dapat termotivasi dalam mengembangkan bisnisnya dengan dibekali pengetahuan seputar kewirausahaan sekaligus pemahaman seputar perbankan mikro	<i>Customer Development</i>	Juli-Sept 2014	Rp2.500.000	
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	4-Jul-2014	Rp662.000	Akademi Polisi
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	8-Jul-2014	Rp2.475.350	Pengusaha di Jl. MT Haryono-Semarang
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	25-Jul-2014	Rp825.000	
Mengenalkan produk perbankan, manfaat dan resikonya serta peranannya dalam merencanakan pendidikan untuk anggota keluarga	Presentasi di Lokasi	5-Aug-2014	Rp125.000	Orang Tua Murid SMP 3 Banjarnegara
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	22-Aug-2014	Rp1.000.000	Sri Ratu Convention Hall
Agar para wirausahawan mengetahui produk, manfaat dan resiko serta peranan perbankan dalam membantu mengembangkan usaha	<i>Customer Gathering</i>	23-Aug-2014	Rp1.017.500	
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	26-Aug-2014	Rp1.500.000	
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	29-Aug-2014	Rp1.110.650	PTPN
Agar para petugas medis mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan keuangan mereka	Presentasi di Lokasi	3-Sep-2014	Rp500.000	Puskesmas Karanganyar
Agar para pegawai swasta dapat melakukan perencanaan keuangan dari penghasilan bulanan yang mereka terima	Presentasi di Lokasi	4-Sep-2014	Rp400.000	
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	9-Sep-2014	Rp1.500.000	
Agar mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan keuangan mereka	Presentasi di Lokasi	10-Sep-2014	Rp200.000	Kantor PU

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
98	Perbankan Konsumer	Semarang	Pelajar	50	Pentingnya melakukan perencanaan keuangan sejak dini untuk mewujudkan impian
99	Perbankan Konsumer	Semarang	Ibu-Ibu Dharmawanita	30	Menabung untuk pendidikan anak
100	Perbankan Konsumer	Semarang	Ibu-Ibu Rumah Tangga	22	Peranan Ibu Rumah Tangga dalam mengatur Perencanaan Keuangan Keluarga
101	Perbankan Konsumer	Semarang	Ibu-Ibu Rumah Tangga	66	Perencanaan keuangan keluarga untuk pendidikan anggota keluarga
102	Perbankan Konsumer	Semarang	Ibu-Ibu Rumah Tangga	25	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan
103	Perbankan Konsumer	Semarang	Pegawai Swasta	25	Menabung sekaligus terlindungi
104	Perbankan Konsumer	Semarang	Masyarakat Umum	10	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
105	Perbankan Konsumer	Semarang	Komunitas Bola	54	Peranan Tabungan dalam perencanaan keuangan keluarga
106	Perbankan Konsumer	Semarang	Pelajar	22	Pentingnya melakukan perencanaan keuangan sejak dini untuk mewujudkan impian
107	Perbankan Konsumer- <i>Wealth Management</i>	Semarang	Wirausahawan	250	Mengetahui manfaat investasi di pasar modal dan resikonya
108	Perbankan Konsumer- <i>Wealth Management</i>	Medan	Wirausahawan	250	Mengetahui manfaat investasi di pasar modal dan resikonya
109	Perbankan Syariah	Bekasi	Pasangan keluarga muda, Ibu-ibu Rumah Tangga	250	Pengenalan produk dasar perbankan syariah dan layanannya
110	Perbankan Syariah	Jakarta Convention Center	Masyarakat Umum, Pelajar, Pelaku Industri dan perbankan	150	Pengenalan produk dasar perbankan syariah dan layanannya

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Agar para pelajar sudah terbiasa dengan menabung sejak dini untuk mewujudkan impian	Presentasi di Lokasi	11-Sep-2014	Rp357.500	SMKN 4
Membantu perencanaan pendidikan bagi anggota keluarga	Presentasi di Lokasi	12-Sep-2014	Rp100.000	Dharmawanita SMP 3
agar para ibu-ibu mengetahui pentingnya perencanaan keuangan pada keluarga	Presentasi di Lokasi	15-Sep-2014	Rp180.000	PKK Kelurahan Kledung
Mengenalkan produk perbankan, manfaat dan resikonya serta peranannya dalam merencanakan pendidikan untuk anggota keluarga	Presentasi di Lokasi	17-Sep-2014	Rp360.000	Orang Tua Murid SD Mutiara Ibu
Agar Ibu-ibu dapat melakukan perencanaan keuangan keluarga	Presentasi di Lokasi	20-Sep-2014	Rp200.000	Arisan Desa Karang
para pegawai swasta mengerti manfaat dari tabungan yang memberikan perlindungan asuransi	Presentasi di Lokasi	20-Sep-2014	Rp475.000	
Agar masyarakat umum mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan masa depan.	<i>Customer Gathering</i>	25-Sep-2014	Rp978.285	
Agar para komunitas bola mengetahui produk-produk simpanan, manfaat, dan resikonya dalam membuat perencanaan keuangan mereka	Presentasi di Lokasi	30-Sep-2014	Rp1.000.000	Lapangan Futsal Kartanagara
Agar para pelajar sudah terbiasa dengan menabung sejak dini untuk mewujudkan impian	Presentasi di Lokasi	27-Aug-2104	Rp200.000	SMK 1
Memperkenalkan alternatif investasi selain tabungan dan deposito, serta penyampaian informasi mengenai pengertian, fungsi, visi, misi & tujuan, tugas dan kewenangan OJK	Temu nasabah Prioritas- <i>Investment Talkshow</i>	21-Agt-14	Rp15.000.000	Bekerjasama dengan Bursa Efek Indonesia dan Fund Manager
Memperkenalkan alternatif investasi selain tabungan dan deposito, serta penyampaian informasi mengenai pengertian, fungsi, visi, misi & tujuan, tugas dan kewenangan OJK	Temu nasabah Prioritas- <i>Investment Talkshow</i>	25-Sep-14	Rp15.000.000	Bekerjasama dengan Bursa Efek Indonesia dan Fund Manager
Masyarakat mengetahui perbedaan dan manfaat produk perbankan syariah dengan perbankan konvensional	iB Vaganza: Sosialisasi produk dan jasa bank syariah kepada masyarakat umum	14-17 Agustus 2014	Rp8.500.000	
Masyarakat mengetahui perbedaan dan manfaat produk perbankan syariah dengan perbankan konvensional	Indonesia Banking Expo	28-30 Agustus 2014	Rp2.500.000	

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
111	Danamon Peduli	Sragen, Jawa Tengah	Komunitas Pasar Bunder Sragen (anggota paguyuban pedagang, anggota paguyuban jasa gendong, pedagang)	25	Pelatihan koperasi
112	Danamon Peduli	Majalengka, Jawa Barat	Pedagang Pasar Sindangkasih Majalengka	40	Pelatihan keuangan
113	Danamon Peduli	Pontianak, Kalimantan Barat	Pengelola Koperasi Pasar Kemuning	20	Pelatihan koperasi dan manajemen keuangan pedagang
114	Danamon Peduli	Probolinggo, Jawa Timur	Pengelola Upaya Kesehatan Kerja (UKK) di Pasar Baru	45	Pelatihan Manajemen dan Pengelolaan Keuangan UKK
115	Danamon Peduli	Bantaeng, Sulawesi Selatan	Pengelola Koperasi Pedagang Pasar Lambocca	20	Pelatihan Perkoperasian Dasar
116	Danamon Peduli	Pekalongan, Sragen, Probolinggo	Pengelola Skema Komunitas Pasar (Radioland, mading, koperasi, bank sampah) di Pasar Bunder Sragen, Pasar Grogolan Pekalongan dan Pasar Baru Probolinggo	60	Pelatihan <i>Fund raising</i>
117	Danamon Peduli	Marunda, Jakarta Utara	Pengelola dan anggota Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Marunda	25	Pelatihan Koperasi dan Koperasi Produk Unggulan

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pemahaman latar belakang dan pentingnya koperasi di dalam pasar dalam rangka memutus mata rantai rentenir dan mensejahterakan anggota atau pedagang pasar 2. Memberikan pemahaman kepada pedagang tentang proses dan bekerjanya koperasi 3. Menumbuhkan jiwa wirausaha yang sehat 4. Mengurangi ketergantungan pedagang terhadap rentenir, yang meminjamkan modal dengan bunga yang tinggi 	Pemaparan materi, diskusi kelompok, magang	16 Oktober 2014, 3-4 Desember 2014	Rp10.000.000	Yayasan Danamon Peduli
Memberikan pemahaman pada pedagang pentingnya mengelola keuangan secara terpisah antara keuangan bisnis dengan pribadi	Pemaparan materi, diskusi kelompok	04-Nov-14	Rp9.800.000	Yayasan Danamon Peduli
Meningkatkan kemampuan pengelola koperasi dalam manajemen koperasi	Pemaparan materi, diskusi kelompok	Oktober 2014	Rp6.000.000	Yayasan Danamon Peduli
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pemahaman dan keterampilan mengenai dasar pengelolaan keuangan di sebuah lembaga 2. Memberikan pemahaman dan keterampilan manajemen di sebuah lembaga " 	Pemaparan materi, diskusi kelompok, praktik	25-26 November 2014	Rp5.000.000	Yayasan Danamon Peduli
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pemahaman latar belakang dan pentingnya koperasi di dalam pasar dalam rangka memutus mata rantai rentenir dan mensejahterakan anggota atau pedagang pasar 2. Memberikan pemahaman kepada pedagang tentang proses dan bekerjanya koperasi 3. Menumbuhkan jiwa wirausaha yang sehat 4. Mengurangi ketergantungan pedagang terhadap rentenir, yang meminjamkan modal dengan bunga yang tinggi 	Pemaparan materi, diskusi kelompok	2-3 Desember 2014	Rp5.000.000	Yayasan Danamon Peduli
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pemahaman pentingnya keberlanjutan program/skema berbasis komunitas 2. Memberikan gambaran dan pentingnya penggalangan dana 3. Memberikan ketrampilan dalam menyusun strategi penggalangan dana. 	Pemaparan materi, diskusi kelompok, praktik	2 s.d 14 Desember 2014	Rp46.050.000	Yayasan Danamon Peduli
Meningkatkan kemampuan pengelola koperasi dalam manajemen koperasi	Pemaparan materi, diskusi kelompok, praktik	2 s.d 14 Desember 2014	Rp15.000.000	Yayasan Danamon Peduli

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
118	Perbankan Syariah	Mall Gajayana (MOG) Malang	Pasangan keluarga muda, Ibu-ibu Rumah Tangga, masyarakat umum sekitar kota Malang, Jawa Timur	2.000	Pengenalan produk dasar perbankan syariah dan layanannya
119	Perbankan Syariah	JW Mariot Surabaya	Peserta Konferensi Gubernur Bank Sentral International	200	Pengenalan produk dasar perbankan syariah dan layanannya
120	Perbankan Syariah	Jakarta International Expo, Kemayoran	Masyarakat umum, pelajar	1.500	Pengenalan produk dasar perbankan syariah dan layanannya
121	Perbankan Mikro	Pasar-pasar tradisional di kota: Balikpapan, Bandung, Cirebon, Denpasar Jakarta, Jambi, Makassar, Malang, Manado, Medan, Palembang, Pekanbaru, Semarang, Solo, dan Surabaya	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar.	± 30 orang/unit	Pengenalan dan Penjelasan singkat tentang Produk dasar perbankan beserta programnya.
122	Perbankan Mikro	Region: Jambi, Malang dan Pekanbaru	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar.	± 100 orang/unit	Pengetahuan seputar kewirausahaan serta pengembangan usaha dan pemahaman perbankan
123	Perbankan Mikro	Pasar-pasar tradisional di kota: Semarang, Malang, Surabaya, Medan, Makassar.	Pengusaha UMKM, Ibu-ibu Rumah Tangga, Komunitas pasar.	100/kegiatan	Memperluas akses bisnis antara para pedagang pasar dengan perbankan.
124	Perbankan Konsumer	Jakarta & Bekasi	Mahasiswa & Masyarakat Umum	4.587	Perencanaan keuangan sejak dini.
125	Perbankan UKM	Bandung	Perbarindo, Direktur, dan Pejabat BPR Komisariat Jawa Barat	40	Diskusi & Sharing Mengenai Analisa Resiko Bisnis serta Peran OJK Terkini
126	Perbankan UKM	Jawa Timur	Perbarindo, Direktur, dan Pejabat BPR Komisariat Jawa Timur	40	Diskusi & Sharing Mengenai Analisa Resiko Bisnis serta Peran OJK Terkini
127	Perbankan UKM	Jawa Tengah	Perbarindo, Direktur, dan Pejabat BPR Komisariat Jawa Tengah	40	Diskusi & Sharing Mengenai Analisa Resiko Bisnis serta Peran OJK Terkini
128	HUMAS	Jakarta	Wartawan	35	Pengetahuan seputar industri perbankan dan market update
129	Wealth Management Services – Retail Banking	Seminar Investasi Pasar Modal	Para Entrepreneur	250	Mengetahui manfaat investasi di pasar modal dan resikonya

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Masyarakat mengetahui perbedaan dan manfaat produk perbankan syariah dengan perbankan konvensional	iB Vaganza: Sosialisasi produk dan jasa bank syariah kepada masyarakat umum	6-9 November 2014	Rp8.500.000	Syariah Marcom
Peserta konferensi mengetahui kemajuan perbankan syariah di Indonesia	Mini Expo	3-4 November 2014	Rp5.000.000	Syariah Marcom
Masyarakat mengetahui perbedaan dan manfaat produk perbankan syariah dengan perbankan konvensional	Pasar Keuangan Rakyat	20-21 Desember 2014	Rp5.000.000	Syariah Marcom
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	<i>Customer Gathering</i>	Okt-Des 2014	Rp4.166.667	Marcomm DSP
Masyarakat sekitar pasar dapat termotivasi dalam mengembangkan bisnisnya dengan dibekali pengetahuan seputar kewirausahaan sekaligus pemahaman seputar perbankan mikro	<i>Customer Development</i>	Okt-Des 2014	Rp50.000.000	Marcomm DSP
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	Grebek Pasar	Okt-Des 2014	Rp21.000.000	Marcomm DSP
Menedukasi mahasiswa dan masyarakat umum perihal menabung, dengan cara memperkenalkan produk tabungan Danamon.	Bis Wow Danamon	12 Nov-11 Des 14	Rp17.666.667	Marketing Consumer Banking (Marcomm)
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	<i>Training & BPR Sharing Session [Linkage Program]</i>	24 Oktober 2014	Rp10.000.000	MarComm SME
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	<i>Training & BPR Sharing Session [Linkage Program]</i>	07-Nov-14	Rp10.000.000	MarComm SME
Agar masyarakat mengetahui secara berkala perkembangan produk dan jasa layanan di sektor perbankan beserta risikonya.	<i>Training & BPR Sharing Session [Linkage Program]</i>	17-Nov-14	Rp10.000.000	MarComm SME
Para wartawan mengetahui perkembangan sektor perbankan dan kondisi pasar saat ini	<i>Media Workshop</i>	18-Nov-14	Rp19.500.000	<i>External Affaris Danamon</i>
Memperkenalkan alternatif investasi selain tabungan dan deposito, serta penyampaian informasi mengenai pengertian, fungsi, visi, misi & tujuan, tugas dan kewenangan OJK	Temu nasabah Prioritas- <i>Investment Talkshow</i>	22-Okt-14	Rp22.500.000	Wealth Management

No.	Divisi	Kota	Sasaran/Target	Jumlah Peserta (Orang)	Program Literasi Keuangan
130	Public Affairs	Kupang, NTT	Ibu Rumah Tangga, UKM dan Masyarakat Umum	420	Semiloka & Pameran Industri Keuangan
131	Public Affairs	Jakarta	Masyarakat luas, konsumen keuangan, Ibu Rumah Tangga, UMKM, Mahasiswa & Pelajar, Kalangan Media dan Komunitas Sosial	670	Menuju Indonesia Cerdas Keuangan

Pelatihan Frontliners

Frontliners Danamon memegang peran penting dalam memberikan informasi kepada publik tentang produk dan jasa bank. Frontliners Danamon perlu menguasai pengetahuan mendalam produk dan jasa melalui pelatihan yang intensif dalam tahun 2014.

Melalui *Consumer Service Quality* telah dilakukan pelatihan frontliners meliputi: *retail banking, operations*, UKM, serta Danamon Access Center di seluruh Indonesia.

Penanggulangan Pengaduan Konsumen

Danamon berkomitmen untuk menjaga kepercayaan para nasabahnya dengan memberikan layanan terbaiknya. Untuk mengantisipasi masalah yang dapat mengganggu kepercayaan nasabah pada Danamon maka didirikanlah unit Layanan Nasabah Danamon atau Danamon Access Center (DAC) dan *Customer Care DAC*.

Dengan memberikan informasi yang lengkap dan tanggapan yang cepat terhadap keluhan nasabah, Danamon berharap tumbuh kepercayaan yang kuat dari nasabah bahwa Danamon adalah bank yang melayani dan berusaha memberikan solusi sebaik mungkin. Diharapkan cara ini akan membuat nasabah menjadi konsumen setia. DAC merupakan bentuk pelayanan dan penghargaan Danamon bagi nasabahnya.

DAC adalah unit layanan nasabah yang setiap saat dapat diakses 24 jam melalui nomor telepon 500090. Tim DAC senantiasa siap melayani nasabah seperti memberikan data informasi maupun menanggapi dan menyelesaikan keluhan yang disampaikan. Selain *Call Center* nasabah dapat menggunakan korespondensi dan Kantor cabang atau divisi bank lainnya.

Tim DAC dilengkapi dengan perangkat mutakhir yang dapat mengakses sistem perbankan sehingga informasi bisa didapatkan seketika. Khusus untuk hal-hal yang memerlukan tindak lanjut lebih jauh, penyelesaian akan ditangani oleh tim pendukung lainnya yang akan berkoordinasi dengan unit terkait untuk mendapatkan solusi atas permohonan maupun permasalahan nasabah.

DAC Training-Banking	Participant	
	Actual	Hours
Induction Training-New Agent	34	960
Hard Skill (program & product, refresh)	581	95
Total	615	1.055

DAC Training-Card	Participant	
	Actual	Hours
Induction Training-New Agent	90	1.760
Hard Skill (program & product, refresh)	542	42
Soft Skill	177	348
Total	632	1.802
Grand Total	1.247	2.857

Tujuan	Aktivitas/ Metode	Tanggal Kegiatan	Anggaran	Penyelenggara
Memperkenalkan produk dan layanan berbagai jenis industri keuangan kepada masyarakat Kupang dan Nusa Tenggara Timur, dimana penetrasi perbankan masih rendah, termasuk industri keuangan non bank dan pasar modal sehingga dapat membantu mereka dalam pengelolaan keuangan.	Pameran Industri Keuangan Indonesia	12 & 13 November 2014	Rp90.557.500	Public Affair & MarCom DSP
Mendorong masyarakat untuk meningkatkan penggunaa produk dan jasa keuangan serta memberikan informasi mengenai manfaat dan risiko produk dan jasa keuangan dan kewajiban sebagai konsumen	Pasar Keuangan Rakyat	20 & 21 Desember 2014	Rp47.500.000	Public Affair & MarCom DSP & Consumer Banking

Customer Care DAC adalah unit sentralisasi layanan pengaduan nasabah. Keluhan nasabah dapat dilayangkan melalui berbagai *channel*, seperti *Call Center*, *Correspondence*, Cabang maupun divisi Perbankan lainnya. Sebagai tolak ukur penyelesaian, nasabah akan diinformasikan rentang waktu yang dibutuhkan sesuai dengan jenis permasalahannya.

Monitoring Berkala

Untuk memahami masalah yang dihadapi nasabah secara berkala DAC dan tim *Service Quality* akan membahas dan mengkaji masalah dan keluhan yang ada. Hasil kajian tersebut kemudian dijadikan umpan balik bagi unit-unit terkait sebagai dasar pembenahan atas proses atau layanan di bagian masing-masing. Selain itu, seluruh masalah dan keluhan yang diterima berikut hasil penanggulangannya secara berkala dilaporkan kepada manajemen Bank untuk dianalisa dan menjadi masukan berharga untuk meningkatkan pelayanan Danamon.

DATA TRAINING SOFT SKILL DAC 2014

No	Training Soft Skill	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Durasi (hari)	Jumlah Jam
1	<i>TTT-Contact Center Operation Management</i>	03-04/02/14	BDI Prapatan Lt.9	<i>Managers, Unit Head</i>	10	2 D	16
2	<i>Optimizing Your Schedule Mgt-Diskusi</i>	27/03/14	Hotel Royal Kuningan	<i>Inbound Mgr, MIS officer</i>	5	0.5 D	4
3	<i>Attitude Virus</i>	13/05/14	Kampus Ciawi	<i>Call Center agent</i>	5	1 D	8
4	<i>Attitude Virus</i>	07/06/14		<i>Call Center & Correspondence agent</i>	5	1 D	8
5	<i>Attitude Virus</i>	21/06/14		<i>Call Center & Correspondence agent</i>	4	1 D	8
6	<i>Attitude Virus</i>	07/07/14		<i>Call Center agent</i>	2	1 D	8
7	<i>Attitude Virus</i>	23/08/14		<i>Call Center agent</i>	8	1 D	8
8	<i>Attitude Virus</i>	30/08/14		<i>Call Center & Correspondence agent</i>	7	1 D	8
9	<i>Attitude Virus</i>	30/10/14		<i>Call Center agent</i>	5	1 D	8
10	<i>7 Habits of High Effective People</i>	14/01/14		<i>Call Center Spv</i>	1	1 D	8
11	<i>7 Habits of High Effective People</i>	13/08/14		<i>Call Center Spv, Customer Care</i>	3	1 D	8
12	<i>Danamon Caring Leaders</i>	08/09/14		<i>Call Center Spv</i>	1	1 D	8
13	<i>Danamon Caring Leaders</i>	13/11/14		<i>Call Center Spv</i>	1	1 D	8
14	<i>Danamon Solid Leaders</i>	15/09/14		<i>Call Center Spv</i>	1	2 D	16
15	<i>Dynamic Danamon Program</i>	23/06/14		<i>Trainer Asst</i>	1	2 D	16
16	<i>Dynamic Danamon Program</i>	21/08/14		<i>Cust Care officer</i>	1	2 D	16
17	<i>Effective Communication Skill</i>	17/04/14		<i>Call Center & Correspondence agent</i>	5	1 D	8
18	<i>Effective Communication Skill</i>	23/05/14		<i>Call Center agent</i>	5	1 D	8
19	<i>Effective Communication Skill</i>	03/07/14		<i>Call Center agent</i>	3	1 D	8

No	Training Soft Skill	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Durasi (hari)	Jumlah Jam
20	Effective Communication Skill	15/10/14		Call Center, Correspondence agent, cust care	5	1 D	8
21	Effective Communication Skill	15/11/14		Call Center, Correspondence agent, cust care	7	1 D	8
22	Proactive to Change	26/04/14		Call Center agent	4	1 D	8
23	Proactive to Change	09/05/14		Call Center agent	5	1 D	8
24	Proactive to Change	11/06/14		Call Center, Correspondence agent, cust care	12	1 D	8
25	Proactive to Change	16/08/14		Call Center agent	14	1 D	8
26	Proactive to Change	21/10/14		Call Center agent	3	1 D	8
27	Proactive to Change	10/12/14		Call Center agent	3	1 D	8
28	Start Right Stay Right	14/05/14		Call Center, Correspondence agent, cust care	8	1 D	8
29	Start Right Stay Right	07/07/14		Call Center agent	3	1 D	8
30	Start Right Stay Right	16/09/14		Call Center agent	5	1 D	8
31	Unleashing Your Supervisory Potential	25/08/14		Cust Care spv	2	2 D	16
	Unleashing Your Supervisory Potential	15/10/14		Call Center spv	2	2 D	16
32	English Course-pre Intermediate level	07/05-20/06/14	BDI Prapatan Lt.4	TL, Call Center agent	16	12 D	24
33	Business English Correspondence	11/11-18/12/14	BDI Prapatan Lt.4	Correspondence staff	15	12 D	24

DATA TRAINING NEW AGENT-BANKING 2014

Training New Agent Banking	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Durasi (hari)	Jumlah Jam
New Agent Banking Training	06/01/14	Training Room Lt.4	New Trainee	7	15	120
New Agent Banking Training	10/03/14	Training Room Lt.4	New Trainee	3	15	120
New Agent Banking Training	14/04/14	Training Room Lt.4	New Trainee	5	15	120
New Agent Banking Training	01/05/14	Training Room Lt.4	New Trainee	6	15	120
New Agent Banking Training	25/08/14	Training Room Lt.4	New Trainee	3	15	120
New Agent Banking Training	15/09/14	Training Room Lt.4	Agent Card & CCU	6	15	120
New Agent Banking Training	24/09/14	Training Room Lt.4	New Trainee	2	15	120
New Agent Banking Training	03/12/14	Training Room Lt.4	New Trainee	2	15	120

DATA TRAINING NEW AGENT-CARD 2014

Training New Agent Card	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Durasi (hari)	Jumlah Jam
New Agent Card Training	07/01/14	Training Room Lt.2	New Trainee	6	20	160
New Agent Card Training	07/02/14	Training Room Lt.2	New Trainee	4	20	160
New Agent Card Training	28/02/14	Training Room Lt.2	New Trainee	9	20	160
New Agent Card Training	05/03/14	Training Room Lt.2	New Trainee	10	20	160
New Agent Card Training	01/04/14	Training Room Lt.4	New Trainee	11	20	160
New Agent Card Training	01/07/14	Training Room Lt.4	New Trainee	9	20	160
New Agent Card Training	11/08/14	Training Room Lt.4	New Trainee	7	20	160
New Agent Card Training	11/09/14	Training Room Lt.4	New Trainee	8	20	160
New Agent Card Training	07/11/14	Training Room Lt.4	New Trainee	4	20	160
New Agent Card Training	21/11/14	Training Room Lt.4	New Trainee	8	20	160
New Agent Card Training	03/12/14	Training Room Lt.4	New Trainee	14	20	160

DATA TRAINING CARD 2014

No	Training Hard Skill Card	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Jumlah Jam
1	Absence	23/01/14	Training Room Lt 4	Agent	13	1
2	EUC	04/03/14	Training Room Lt 4	Agent	20	1
3	Process Claim Red Rewards MU	14/04/14	Training Room Lt 4	Agent & TL	17	1
4	Staff Card	29/04/14	Training Room Lt 4	All Unit	25	1
5	Email Refreshment	23/05/14	Training Room Lt 4	Agent & TL Corro	12	2
6	10x Membership Rewards	12/06/14	Training Room Lt.4	Agent & TL	22	1
7	Refresh Membership Rewards	12/06/14	Training Room Lt.4	Agent	17	1
8	kode etik tele	01/06/14	Training Room Lt.3	Agent	11	1
9	Product Gadget	10/07/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	29	1
10	Penilaian Agent Active	01/09/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	16	1
11	Refresh Product Credit Protection Manulife	24/09/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	22	2
12	Tactical Programme	29/09/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	28	1
13	Conversion mastercard Corp Card	01/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	17	2

No	Training Hard Skill Card	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Jumlah Jam
14	staff card (type & limit)	03/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	16	1
15	staff card (type & limit)	06/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	17	1
16	Conversion mastercard Corp Card	06/10/2014	Training Room Lt.4	Agent	10	2
17	staff card	06/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	17	2
18	Fraud Awareness	08/10/2014	Training Room Lt.2	All Unit	45	3
19	Akuisi Kartu baru	09/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	26	2
20	Amex Card (GRCC, RCP, CORP)	14/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	5	2
21	Conversion mastercard Corp Card	16/10/2014	Training Room Lt.4	Agent	11	2
22	kode etik tele	17/10/2014	Training Room Lt.4	Agent	27	1
23	Amex Card (GRCC, RCP, CORP)	21/10/2014	Training Room Lt.4	Agent	2	2
24	S2s manulife	29/10/2014	Training Room Lt.4	Agent	13	1
25	Amex Card (GRCC, RCP, CORP)	30/10/2014	Training Room Lt.4	Agent	2	1
26	Bunga Special Case Adv	31/10/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	30	2
27	S2s manulife	05/11/2014	Training Room Lt.4	Agent	15	1
28	10x Point rewards	19/11/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	25	1
29	world Elite	11/11/2014	Training Room Lt.4	Agent & TL	17	1
30	Cashback 5% on Dining & Groceries	24/12/2014	Training Room Lt.4	Agent	15	1

REKAP TRAINING 2014

No	Training Hard Skill	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Jumlah Jam
1	Sosialisasi D Cash	21/01/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	14	2
2	Sosialisasi D Cash	22/01/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	5	2
3	Promo Dana Instant ATM	05/02/14	R. Training Lt 4	Agent	4	1
4	Promo Dana Instant ATM	06/02/14	R. Training Lt 4	Agent	3	1
5	SUKUK 006	07/02/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	14	2
6	Dana Instant Process	13/02/14	R. Training Lt 4	Agent	3	2
7	Dana Instant Process	14/02/14	R. Training Lt 4	Agent	3	2
8	Danamon Lebih Top Up 2014	28/02/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	15	1
9	Danamon Lebih Top Up 2014	04/03/14	R. Training Lt 4	Agent	4	1
10	Layanan Corporate (DSC)	06/03/14	R. Training Lt 4	Agent	2	2
11	Layanan Corporate (DSC)	07/03/14	R. Training Lt 4	Agent	2	2
12	Sosialisasi Direct Gift penawaran telemarketing KK	25/03/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	10	1
13	PPRO	03/04/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	19	2
14	Danamon Lebih ADIRA-Pilot Project	07/04/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	10	1
15	Promo MU 101	14/04/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	14	2

No	Training Hard Skill	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Jumlah Jam
16	Promo MU 101	15/04/14	R. Training Lt 4	Agent	4	1
17	Keluhan Atm Finansial	22/04/14	R. Training Lt 4	Agent	3	2
18	Keluhan Atm Finansial	22/04/14	R. Training Lt 4	Agent	4	2
19	SBR 001	30/04/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	16	2
20	SBR 001	02/05/14	R. Training Lt 4	Agent	5	1
21	SBR 001	02/05/14	R. Training Lt 4	Agent	5	1
22	SBR 001	02/05/14	R. Training Lt 4	Agent	3	1
23	Bundled DI & Danamon Lebih	11/06/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	21	1
24	NTB Engagement E channel	20/06/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	15	1
25	Dana Instant Process	24/06/14	R. Training Lt 4	Agent	3	1
26	Tabungan BISA IB & Tab Syariah Qurban	02/07/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	15	1
27	Tabungan BISA IB & Tab Syariah Qurban	02/07/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	10	1
28	D Cash	04/07/14	R. Training Lt 4	Agent	4	1
29	NTB Tactical Program	07/07/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	15	1
30	Primagiro Berkado 4	14/08/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	16	2
31	Anti Attrition Dana Instant (Cross Sell)	18/08/14	R. Training Lt 2	Agent + TL	10	2
32	Anti Attrition Dana Instant (Cross Sell)	19/08/14	R. Training Lt 2	Agent + TL	20	2
33	Refresh Primajaga Manulife	20/08/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	14	1
34	Refresh Primajaga Manulife	20/08/14	R. training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	11	1
35	Layanan Corporate (DSC)	22/08/14	R. Coaching Lt 4	Agent	3	2
36	Peraturan OJK-Promo	29/08/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	21	2
37	Sosialisasi Rejuvenation DOB	28/08/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	25	1
38	Danamon Lebih Top Up 4	03/09/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	13	1
39	Danamon Lebih Top Up 4	03/09/14	R. Training Lt 2	Agent + Tele	12	1
40	Sharing Session Fraud	17/09/14	R. Training Lt 2	Agent + OtherUnit	11	2
41	Tactical Program-NTB	03/10/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	9	1
42	Tactical Program-NTB	03/10/14	R. Training Lt 4	Agent	7	1
43	Training Fraud	08/10/14	R. Training Lt 2	All	45	1
44	Danamon Lebih ADIRA	13/10/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	11	2
45	Reward Point Lebih	15/10/14	R. Training Lt 4	Agent + TL+CCU+Corro	14	1
46	Reward Point Lebih	15/10/14	R. Training Lt 4	Agent	6	1
47	Reward Point Leih	16/10/14	R. Coaching Lt 4	Agent	3	1
48	Layanan Mortgage	17/10/14	R. Training Lt 4	Agent	3	3

No	Training Hard Skill	Tanggal	Lokasi	Peserta	Jumlah Peserta	Jumlah Jam
49	Layanan Mortgage	20/10/14	R. Training Lt 4	Agent	3	3
50	Layanan Mortgage	21/10/14	R. Coaching Lt 4	Agent	3	3
51	Layanan Mortgage	23/10/14	R. Training Lt 4	Agent	3	3
52	D- Mobile	05/11/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	18	2
53	D-Mobile	07/11/14	R. Training Lt 2	Agent	3	2
54	D-Mobile	10/11/14	R. Training Lt 2	Agent	5	2
55	D- Mobile	11/11/14	R. Training Lt 2	Agent	10	2
56	D-Mobile	12/11/14	R. Training Lt 2	Agent	7	2
57	D-Mobile	13/11/14	R. Training Lt 2	agent	4	2
58	Pengenaan biaya setor tunai	03/12/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	12	1
59	Pengenaan biaya setor tunai	03/12/14	R. Training Lt 2	Agent + TL+CCU+Corro	8	1
60	Pengenaan biaya setor tunai	04/12/14	R.Coaching Lt 4	Agent	3	1
61	Dmobile	11/12/14	R. Coaching Lt 4	Agent	3	2