

Pelanggan dan Pangsa Pasar

Customer & Marketplace



'Cabe Cabean' - IFDHAL ZULWASNI
IT User Touchpoint, BDI Achmad Yani Banjarmasin
Finalis Lomba Foto Danamon 2014



Komitmen kami adalah untuk fokus pada kepentingan nasabah sehingga mampu menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan setiap nasabah kami. Danamon bertujuan untuk terus meningkatkan dukungan bagi nasabah, baik perorangan maupun perusahaan. Semangat ini lah yang menjadi dasar dari semua keputusan bisnis, produk, dan layanan kami.

Our commitment is to put customers' interests at the center and to build lasting customer relationship. Danamon aims to continuously improve the way we support our clients, both as individuals and as businesses. This is the foundation of all our business decisions, products, and services.

Sebagai sebuah bank, kami mengelola keuangan nasabah perorangan dan juga perusahaan. Danamon menjamin setiap nasabah memiliki akses terhadap kebutuhan pembiayaan mereka dengan cara yang transparan dan berkelanjutan. Kami juga bertekad untuk terus meningkatkan apa yang kami lakukan, baik dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan maupun dalam operasi bisnis kami.

Kebutuhan nasabah kami menjadi inti dalam setiap diskusi terkait produk dan layanan yang cocok dan diperlukan dalam perekonomian saat ini. Kami terus berupaya untuk menyediakan solusi terbaik dan sesuai untuk kebutuhan para nasabah. Sampai dengan akhir Desember 2014, kami telah melayani lebih dari 7,2 juta nasabah di seluruh Indonesia.

Kami membangun kepercayaan nasabah dengan berfokus pada menciptakan nilai ekonomis. Danamon mendukung pengembangan usaha kecil dan mikro yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat lokal. Kami yakin bahwa usaha kecil turut berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi global. Sektor-sektor ini memainkan peran besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan pendapatan, menyebarluaskan pertumbuhan ekonomi dan berkontribusi dalam stabilitas sosial. [G4-EC8]

As a bank, we manage the financials of people and businesses. Danamon ensures that our customers have access to the finance they need in a transparent and sustainable way. We are also driven to continually improve what we do, both in building lasting customer relationships and in our own business operations.

The needs of our customers are central to our discussions of what products and services are appropriate and necessary in today's economy. We continually strive to provide the solutions that best suit our respective customers and meet their needs. As of December 2014, we serve more than 7.2 million customers across Indonesia.

We are building the trust of our customers by focusing on creating economic value. Danamon supports the development of micro and small businesses, which are critical in creating the vibrant local communities. We believe that small business also supports the growth of the global economy. These sectors play a major role in creating jobs and generating income, spreading out economic growth and contributing to social stability. [G4-EC8]

PERBANKAN YANG BERTANGGUNG JAWAB

Perbankan yang Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab memiliki arti bahwa perbaikan adalah hal yang sangat penting dalam sikap perbankan terhadap transparansi dan akuntabilitas. Danamon telah menjadi pemain aktif dalam agenda pengembangan nasional yang berkelanjutan dan berkontribusi dalam diversifikasi ekonomi Indonesia dengan membiayai proyek, produk, dan layanan yang mengimplementasikan prinsip keberlanjutan.

RESPONSIBLE BANKING

Sustainable and Responsible Banking means that improvements are necessary in banks' attitudes toward transparency and accountability. Danamon has been an active player in the national sustainable development agenda and to contribute to diversification of Indonesian economy by financing sustainable projects, goods and services.

Danamon terus berupaya menawarkan produk dan layanan yang menguntungkan nasabah. Itulah sebabnya mengapa kami mengembangkan seperangkat kriteria untuk menyetujui produk dan layanan yang baru. Nasabah dan regulator bersama-sama menuntut transparansi yang lebih baik. Sebagian besar nasabah kami menginginkan lebih banyak informasi mengenai layanan yang kami tawarkan dan biaya yang kami kenakan. Danamon telah menanggapi secara efektif perihal ini dalam upaya untuk menempatkan kepentingan nasabah sebagai inti dari operasional kami. Integritas Danamon tercermin pada komitmen dalam menyediakan informasi yang akurat dan transparan kepada nasabah. Mereka terus disajikan berbagai informasi yang transparan mengenai produk dan layanan yang Danamon berikan. Saat produk baru diluncurkan, staf *frontliner* Danamon senantiasa mengadakan sesi pengarahan dengan mengundang sejumlah nasabah melalui seminar dan /atau acara *customer gathering* lainnya. Kesederhanaan dan transparansi tercermin dalam brosur produk, selebaran, *newsletter* dan *website* Danamon, yang mencantumkan informasi penting yang relevan dengan jelas dan lugas mengenai produk tertentu.

[G4-DMA][G4-PR3]

Danamon berkomitmen untuk memberikan kualitas layanan yang unggul kepada setiap nasabah. Dalam rangka melayani nasabah dengan baik, kami harus memahami kebutuhan mereka. Danamon telah menyederhanakan model dan proses bisnis internal, meningkatkan pelatihan untuk membangun layanan pelanggan yang sangat baik dan desain produk keuangan yang adil.

[G4-DMA]

Danamon mengkategorikan berbagai tipe investasi berkelanjutan. Berbagai produk investasi reguler yang kami tawarkan semakin mengintegrasikan prinsip keberlanjutan. Dana investasi yang dijual dan didistribusikan melalui jaringan bank harus bertindak sesuai dengan hukum yang berlaku, karena secara umum, Danamon memahami perhatian dan kebutuhan masyarakat akan produk investasi yang berprinsip pada keberlanjutan terus meningkat.

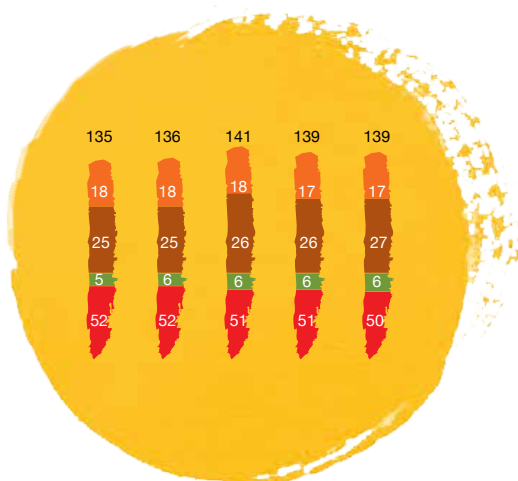
Danamon continuously seeks to offer products and services that are beneficial to our customers. That is why we have developed a set of criteria for approving new products and services. Customers and regulators alike are calling for greater transparency. Many of our customers are looking to gain more insight into the services we offer and the costs we charge. We have effectively responded to this in our drive to truly put our customers' interests at the centre stage of our business. Our integrity is reflected in our commitment to provide accurate and transparent information to our customers. They are always kept informed of any products and services we deliver. When new products are launched, our frontline staff conduct special product briefing sessions for selected groups of customers through seminars and other customer events. Simplicity and transparency are reflected in our product brochures, leaflets, newsletters, and websites, which outline all relevant information clearly about a particular product. [G4-DMA][G4-PR3]

Danamon is committed to deliver superior customer service quality to every customer. In order to serve customers well, our people need to understand their needs. Danamon has simplified its business model and processes, enhancing training to encourage excellent customer service and fair financial product design.

[G4-DMA]

Danamon distinguishes various grades of sustainable investment. Our regular investment product range is increasingly integrating sustainability in its service offering. The investment funds sold and distributed through the Bank network should act in accordance with Law. In general, customers' interest in sustainable investment continued to grow.

Komposisi Kredit Rp Triliun [G4-FS6] [G4-FS7] Loan Composition Rp Trillion [G4-FS6] [G4-FS7]



Loan Growth [G4-FS6] [G4-FS7]

Rp Miliar Rp Billion	2013	2014	ΔYoY
Wholesale	18.047	17.548	(3%)
ABF	6.447	5.660	(12%)
SMEC*	33.717	37.380	11%
Retail	7.401	8.463	14%
Mass Market	69.771	70.005	0%
Total	135.383	139.057	3%

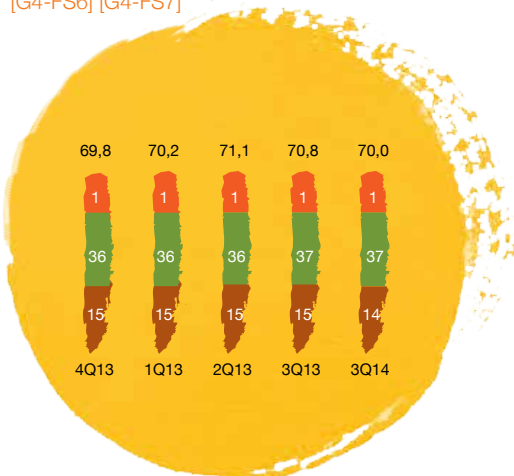
*SME, Commercial Segments, syariah



Kegiatan Cepat Tanggap Bencana
Bank Danamon Wajo

Mass Market Loan (to total loans) Rp trillion

[G4-FS6] [G4-FS7]



Mass Market Loan Growth [G4-FS6] [G4-FS7]

Rp Miliar Rp Billion	2013	2014	ΔYoY
● Adira Quantum	1.611	1.419	(12%)
● Adira Finance	48.294	49.619	3%
● DSP	19.865	18.967	(5%)
Total	69.771	70.005	0%

Adira Quantum: Pembiayaan Perabotan White good financing
Adira Finance: Pembiayaan kendaraan bermotor Auto financing
DSP: Kredit Mikro Micro lending

Mendukung Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Salah satu dari kelompok utama nasabah kami adalah usaha kecil dan menengah (UKM). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi Republik Indonesia, UKM berperan hampir 90 persen dari semua bisnis di negara ini. Mereka juga menyediakan sebesar 97,2 persen dalam lapangan kerja domestik dan berkontribusi sebesar 57,9 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Tabel berikut menunjukkan bahwa UKM adalah penggerak pertumbuhan dan inovasi di Indonesia dan Danamon bercita-cita untuk mendukung mereka dengan segala cara yang dapat dilakukan. Danamon telah membantu usaha mikro dan UKM untuk mendapatkan akses yang lebih baik kepada layanan keuangan dengan menyediakan pinjaman dan pembiayaan mikro, serta membangun kapasitas dari perantara keuangan dan meningkatkan kesadaran mengenai praktik-praktik perbankan terbaik terhadap usaha mikro dan UKM. [G4-DMA][G4-FS14]

Supporting Small and Medium Enterprises

One of our core client groups are micro and small and medium-sized enterprises (SMEs). According to data from Indonesia's Cooperatives and Small and Medium Enterprises Ministry, the SMEs account for nearly 90 percent of all businesses in this country. They also provide 97.2 percent of domestic employment and contribute 57.9 percent to the country's gross domestic product (GDP). These figures show that SMEs are the engines of growth and innovation in Indonesia and Danamon aspires to support them in every way we can. Danamon has been helping the micro and SME enterprises gain greater access to financial services by providing loans and micro-financing, as well as by building capacity of financial intermediaries and raising awareness on best micro and SME banking practices. [G4-DMA][G4-FS14]

SOLUSI USAHAKU UNTUK UKM

SOLUSI USAHAKU FOR SMES

Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan performa UKM adalah melalui teknologi dan informasi. Pada 2012, Danamon meresmikan SOLUSI USAHAKU, sebuah situs mikro yang dirancang khusus untuk UKM. Wadah ini memungkinkan UKM di seluruh Indonesia untuk bertukar ide bisnis dan cerita-cerita sukses yang menginspirasi, serta untuk menemukan informasi mengenai persyaratan dan prosedur pengajuan kredit dan simulai kredit *online* sebelum diajukan ke Bank.

One best way to improved the performance of the SMEs is through information and technology. In 2012, Danamon established SOLUSI USAHAKU, a microsite specifically designed for SME. This platform allows SMEs throughout Indonesia exchanging business ideas and inspiring success stories, as well as to find information regarding credit application requirements and procedure and online credit simulation before they actually apply for loan to the Bank.

Danamon Membuka Kesempatan Bagi Jutaan Orang Melalui Pemberdayaan UKM: Sebuah Studi Kasus

Pinjaman UKM Danamon telah memungkinkan banyak orang di Indonesia untuk menjadi sejahtera. Di antara ribuan kisah sukses yang diceritakan, kisah dari pelanggan UKM Danamon, I Nyoman Levi, patut diingat. Lahir dari kemiskinan, pria yang dikenal sebagai 'Levi' mengawali usahanya dengan melakukan berbagai pekerjaan seperti menjual nasi kotak dan menjadi juru foto. Terinspirasi dari keajaiban alam Bali yang murni, Levi memasuki bisnis ekowisata melalui bisnis arung jeram, yang kemudian berkembang ke berbagai atraksi wisata lainnya seperti wahana ATV dan wahana gajah.

Bencana melanda, namun, di saat insiden bom Bali yang sempat menghentikan industri wisata Bali, bisnis Levi pun terkena dampaknya dan memerlukan perbaikan. Danamon menyediakan pembiayaan yang diperlukan untuk mengembalikan bisnisnya ke jalurnya. Pinjaman yang diberikan memungkinkan Levi untuk mengembangkan bahkan hingga melebihi tingkatan sebelum terjadinya bom Bali. Bisnis Levi kini mempekerjakan 168 pegawai dengan 100 perahu arung jeram dan 10 ekor gajah. Kini, dengan bantuan dari Danamon, Levi dapat mengelola dan mengembangkan bisnisnya, mempekerjakan lebih banyak orang dalam prosesnya, seraya memberikan kesempatan kepada para turis untuk menyaksikan keindahan alam Bali.



Danamon Enables Millions to Prosper Through SME Empowerment: A case study

Danamon's SME loans have enabled many Indonesians to achieve

prosperity. Among thousands of success stories, the story of Danamon SME customer I Nyoman Levi Suwetha is noteworthy. Born out of poverty, the man commonly called 'Levi' started out performing various jobs such as selling rice boxes and photographer. Inspired by Bali's pristine natural wonders, Levi entered the eco-tourism business through a white water rafting business, which then grew to numerous other tourist attractions such as ATV rides and Elephant rides.

Disaster struck, however, as the Bali bombing incident brought a halt to Bali's tourism industry. Levy's business was hit and in need of recovery. Danamon provided the financing needed to bring his business back on track. The loan has enabled Levi to even exceed his pre-Bali bombing level. Levi's business is now employing 168 workers with 100 rafting boats and 10 elephants. As such, with Danamon's help, Levi managed to expand its business, employing many others in the process, while giving tourists the opportunity to witness Bali's natural wonders.

Anti Pencucian Uang/Pemberantasan Pendanaan Terorisme (APU/PPT) [G4-DMA]

Danamon berkomitmen untuk berpartisipasi dalam upaya internasional untuk memberantas pencucian uang dan pendanaan terorisme. Untuk memfasilitasi kepatuhan terhadap undang-undang anti pencucian uang, Bank telah mengembangkan dan mengimplementasikan program anti pencucian uang secara tertulis, yang terdiri dari kebijakan, peraturan, dan pengendalian dan sistem internal. Sistem ini dapat melaporkan aktivitas yang mencurigakan langsung kepada Pusat Pelaporan Aktivitas Transaksi Keuangan (PPATK) secara cepat. Dalam penyesuaian dengan hukum dan peraturan yang ada dalam segala kasus dimana kami mengetahui atau menduga bahwa dana yang kami kelola berasal dari atau telah ditujukan untuk mendukung tindakan kriminal dan aktivitas terorisme, Danamon harus mengambil tindakan yang diperlukan. Tindakan tersebut dapat berupa ditolaknya permohonan nasabah untuk membuka rekening baru, penolakan transaksi, atau pemutusan hubungan bisnis dengan nasabah.

Kebijakan ini berlaku bagi semua Kantor Cabang dan semua Unit Kerja dan Unit Usaha, termasuk anak-anak perusahaan Danamon. Untuk menjamin efektivitas kebijakan ini, peraturan ini telah disosialisasikan kepada seluruh pegawai kami setiap waktu. Pada tahun 2014, 8.309 pegawai telah mendapatkan pelatihan APU/PPT dimana 2.552 pegawai menerima pelatihan dalam kelas dan 5.757 pegawai lainnya menerima e-learning. Selain itu, Danamon juga telah melakukan pengkajian terhadap 116 cabang sepanjang 2014 untuk mengukur efektivitas dari praktik APU/PPT mereka.

Meningkatkan Akses Terhadap Layanan Keuangan [G4-13][G4-FS13][G4-FS14]

Di banyak area di Indonesia masih ditemukan masyarakat yang tidak tersentuh oleh layanan perbankan. Kondisi ini disebabkan oleh rendahnya wawasan keuangan, rendahnya pendapatan, tidak adanya akses terhadap bank, penawaran produk yang tidak sesuai, dan kurangnya pengenalan akan bank. Komitmen kami adalah untuk memperkenalkan dan melayani masyarakat tersebut dan mendukung mereka dengan akses terbaik kepada produk dan layanan bank yang tersedia. Kami yakin bahwa meningkatnya kesadaran terhadap fasilitas perbankan akan membantu mereka secara ekonomi.

Danamon juga berkomitmen untuk menyediakan layanan yang terbaik untuk semua orang. Kami menyadari bahwa nasabah kami memiliki kebutuhan yang beragam dan kami bekerja sama dengan berbagai kelompok bagi memastikan bahwa produk dan layanan kami dapat diakses dengan mudah. Pada tahun 2014, Danamon memiliki jaringan fisik yang terdiri dari:

1. 1.473 ATM
2. 2.125 Cabang dan *outlet* (termasuk anak usaha)
3. 70 Mesin Setor Tunai (CDM)

Didukung oleh *platform digital* kami yang mencakup Danamon *Online Banking*, *SMS Banking*, dan, mulai tahun 2014, Danamon *Mobile Banking Application* (D-Mobile).

Anti-Money Laundering/Counter Financing of Terrorism (AML/CFT) [G4-DMA]

Danamon is committed to participating in international efforts to counter money laundering and terrorism financing. To facilitate compliance with anti-money laundering laws, The Bank has developed and implemented a written anti-money laundering program, consisting of policies, procedures, internal controls and systems. This system allows for reporting of suspicious activities to the Indonesian Financial Transaction Reports and Analysis Centre (INTRAC) on a timely basis. In compliance with the existing laws and regulations in all cases where we know or suspect that funds under our management are derived from or are intended to support any criminal acts and terrorism activities Danamon must take the necessary action. The actions may encompass rejection of account openings, rejection of transactions, or termination of business relationship with a customer.

This policy holds for all Branch Offices and all Working Units and Business Units, including Danamon subsidiaries. This policy has been socialized to our people time to time to ensure the effectiveness of this policy. In 2014, 8,309 employees received AML/CFT training, in which 2,552 employees received class room training, while 5,757 employees received e-learning training. In addition, Danamon has conducted assessments in 116 branches throughout 2014 to gauge the effectiveness of their AML/CFT practices.

Improving Access To Financial Services [G4-13][G4-FS13][G4-FS14]

Still in many areas in Indonesia there are many "unbankable" communities. These conditions are caused by low financial literacy, low income, no easy access to banks, inappropriate product offerings, and lack of familiarity. It is our commitment to introduce and serve these communities and support them with the best access to banking products and services. We believe that this increasing awareness of banking facilities will help them economically.

Danamon are committed to providing excellent service to everyone. We recognize that our customers have a range of needs and we are working with various groups to make sure that our services and products are completely accessible. In 2014, Danamon has a physical network that comprises of:

1. 1,473 ATMs
2. 2,125 branch and outlets (including subsidiaries)
3. 70 Cash Deposit Machines

Supported by our digital platforms that include Danamon Online Banking, SMS Banking, and, starting in 2014, Danamon Mobile Banking application (D-Mobile).

Rp**3,3** miliar

Tahun ini kami menginvestasikan lebih dari Rp3,3 miliar dan berhasil mencapai lebih dari 338.264 orang dalam program pendidikan keuangan kami.

Rp**3.3** billion

This year we invested more than Rp3.3 billion and managed to reach more than 338,264 people in our financial education programs.

Meningkatkan Literasi Keuangan

[G4-DMA][G4-FS16]

Membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan tepat menjadi hal yang sangat penting. Terdapat berbagai pilihan perusahaan jasa keuangan. Bank, serikat kredit, perusahaan pialang, perusahaan asuransi, perusahaan kartu kredit, perusahaan hipotek dan perencana keuangan yang masing-masing menawarkan produk dan layanan keuangan yang beragam.

Di atas peningkatan akses terhadap layanan keuangan, poin penting lain dalam tanggung jawab kami sebagai Bank adalah untuk menjamin bahwa setiap nasabah di informasikan dengan baik mengenai produk dan layanan keuangan kami. Nasabah kami dan masyarakat secara umum harus di informasikan sebaik mungkin mengenai produk, layanan, dan institusi keuangan sebelum memutuskan suatu keputusan finansial untuk menjamin bahwa mereka diuntungkan penuh dari layanan keuangan tersebut.

Danamon secara rutin mengadakan program literasi keuangan untuk nasabah, komunitas, dan masyarakat umum. Berbagai topik keuangan dan perbankan disampaikan oleh unit usaha kami, termasuk Danamon Syariah, Danamon Peduli (YDP), *Retail Banking*, *Consumer Banking*, UKM dan divisi keuangan Mikro, dan relasi publik.

Increasing Financial Literacy

[G4-DMA][G4-FS16]

Making thoughtful and informed decisions about finances is more important than ever. There are more choices of financial services companies. Banks, credit unions, brokerage firms, insurance firms, credit card companies, mortgage companies, and financial planners offering a vast range of products and services.

On top of increasing access to financial service, another focal point in our responsibility as a Bank is to ensure that each and every customer is well informed about the financial products and services. The customers and the general community must be as informed as possible about financial product, services, and institution before committing themselves to any financial decision to ensure that they fully benefit from financial services.

Danamon routinely conducts financial education program for our customers, community and the general public. Various financial and banking topics were delivered by our business unit, including Danamon Sharia, Danamon Peduli (YDP), Retail Banking, Consumer Banking, SME and Micro finance division, and public relation.

PROGRAM LITERASI KEUANGAN DENGAN OTORITAS JASA KEUANGAN

[G4-FS16]

Danamon mendukung program literasi keuangan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang disebut Si Mobil Literasi Keuangan (SIMOLEK) di berbagai daerah di Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi.

Danamon secara aktif berkontribusi dalam program SIMOLEK. Kami yakin bahwa program ini akan membantu mempromosikan gaya hidup keuangan yang sehat dan perencanaan keuangan sederhana kepada jutaan masyarakat Indonesia, juga membantu mereka untuk mencapai cita-cita dan meraih masa depan yang lebih baik. Dengan didukung oleh cabang-cabang dan jaringan kami di seluruh Indonesia, Danamon yakin bahwa kami dapat memberikan dampak positif kepada literasi keuangan dengan program SIMOLEK.

Fitur mobil SIMOLEK dirancang khusus oleh OJK untuk mendukung edukasi finansial untuk masyarakat. SIMOLEK bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan keuangan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya perencanaan finansial, dan untuk mendorong masyarakat dalam penggunaan produk dan layanan perbankan. Mobil SIMOLEK juga dilengkapi dengan peralatan multimedia dan fitur lengkap untuk mendukung penyampaian materi edukasi. Selain itu, mobil SIMOLEK juga menyediakan materi edukasi dari OJK dan Danamon, berupa brosur dan selebaran. Penempatan staf edukasi juga dilakukan untuk membantu dan menyediakan informasi tambahan kepada masyarakat yang mengunjungi mobil SIMOLEK.

Target utama dari program SIMOLEK adalah ibu rumah tangga, pengusaha mikro dan UKM, pelajar, karyawan, dan pasar tradisional. Kami juga mempertimbangkan pemilihan tempat dimana aktivitas literasi keuangan ini dilakukan. Sebagai contoh: mall, kampus, outlet dan cabang Danamon, dan pasar tradisional. Tahun ini kami mempersiapkan 3 topik, yakni: Perencanaan Keuangan Keluarga, Produk dan Layanan Perbankan Syariah, dan Persiapan Perencanaan Keuangan Pribadi untuk Karyawan dan Lulusan Baru.

FINANCIAL LITERACY PROGRAM WITH FINANCIAL SERVICE AUTHORITY

[G4-FS16]

Danamon supported the Financial Service Authority's (OJK) financial literacy program called Si Mobil Literasi Keuangan (Mobile Financial Literacy - SIMOLEK) in various cities around Java, Bali, Sumatera, Kalimantan, and Sulawesi.

Danamon actively contributes in the SIMOLEK program. We believe that this program will help promote a healthy financial lifestyle and basic financial planning to millions of Indonesians. Helping them to achieving their dreams and realizing a better future. Supported by our branches and networks across Indonesia, Danamon believe we can make a positive impact with SIMOLEK program in financial literacy.

SIMOLEK features specially designed vehicle that were created by the OJK to conduct financial education for communities. SIMOLEK is aiming to introduce financial product and services, increase awareness of the importance of financial planning, and to encourage them in using banking products and services. SIMOLEK vans are also equipped with multimedia tools and comprehensive features to help convey the educational materials. Furthermore, SIMOLEK vans also provide educational materials from OJK and Danamon, including leaflets and brochures. Educational staffs are also stationed to help and provide additional information to members of the public who visit the SIMOLEK vans.

The main target audiences of the SIMOLEK program were housewives, micro and SME entrepreneurs, students, employees, and wet market communities. We also considered venue selection in which these financial literacy activities took place. For example: malls, campuses, Danamon branch and outlets, and wet markets. This year we carried out 3 main topics i.e. Family Financial Planning, Sharia Banking Products And Services, and Preparing Personal Financial Planning For Employees and Fresh-Graduates.



Di tahun 2014, kami mendukung program OJK, SIMOLEK, yang diadakan di 23 lokasi di 14 kota di seluruh Indonesia dan melibatkan 4.451 anggota masyarakat dengan total investasi lebih dari Rp500 juta

In 2014, we support the OJK program called **SIMOLEK**, which was conducted in 23 locations in 14 cities across Indonesia and involved 4,451 community members with a total investment of more than **Rp500** million.

Danamon Simpan Pinjam (DSP)

DSP secara spesifik melayani dan menolong pengembangan segmen usaha mikro dan UKM, terutama para pedagang pasar dan pengusaha ritel kecil di desa-desa dan di pasar tradisional. DSP bertujuan membantu kalangan ini mengembangkan budaya menabung dengan menyesuaikan produk-produk tabungan Danamon, seperti: [\[G4-FS14\]](#)

1. Tabungan Danamon dengan jumlah setoran minimum untuk membuka rekening, paket asuransi jiwa gratis dan penghapusan biaya administrasi bagi mereka yang jumlah tabungannya telah mencapai nilai tertentu.
2. Produk pinjaman untuk usaha mikro dan UKM dengan persyaratan dan proses analisis kredit yang disesuaikan, berbeda dari praktik yang berlaku standar.
3. Pendidikan keuangan bagi masyarakat, khususnya tentang pentingnya menabung secara rutin agar dapat mencapai kemandirian ekonomi, terutama agar mereka dapat membayar kembali pinjaman mereka saat tenggat waktunya tiba dan memiliki kesempatan untuk memperoleh pinjaman yang lebih besar lagi.

Danamon Saving and Loan (DSP)

DSP specifically serves and helps the development of the micro and SME segment, especially market traders and small retailers in villages and wet market areas. DSP aims to help these people to cultivate a good savings habit by customizing our products and services, such as: [\[G4-FS14\]](#)

1. Savings products with a low minimum deposit amount for account opening, free life insurance coverage and waiving administrative fees when a customer's deposit reaches a certain amount.
2. Loan products for the micro and small businesses with customized requirements and credit analysis process that differs from the customary practice.
3. Financial education for communities on the importance of saving to achieve economic independence, primarily so that they will have on time loans payback ability that will enable them to be granted a higher credit plafond in the future.



Aktivitas Nasabah di ATM Danamon

Meningkatkan Teknologi [G4-FS14]

Komitmen kami adalah untuk memberikan layanan kepada nasabah dengan teknologi terkini dan terbaik. Lebih penting lagi, kami memahami pentingnya perlindungan terhadap nasabah dalam menerapkan teknologi perbankan terkini. Danamon telah menerapkan sistem D'connect untuk menghubungkan seluruh unit dan cabang sehingga semua input dari nasabah dapat diawasi dengan waktu terkini. Kami terus menjamin bahwa platform online banking Danamon dapat memberikan kami kesempatan untuk berkomunikasi langsung dengan nasabah dan menawarkan perangkat sederhana yang dapat digunakan untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

Sistem internet dan *mobile banking* Danamon telah dikembangkan untuk memudahkan nasabah dalam menghubungi kami dan mengambil keputusan yang tepat dengan upaya minimal dan perlindungan maksimal. Lebih dari 26% dari nasabah perbankan pribadi kami yang secara aktif melakukan transaksi menggunakan ATM/debit card juga mendaftar ke dalam layanan perbankan online kami. Jumlah nasabah pengguna layanan online kami telah meningkat sebanyak 24% dibandingkan tahun 2013.

Enhancing Technology [G4-FS14]

It is our commitment to serve our customers with the best and latest technology. Most importantly, we understand the importance of securities to protect our customer in regards to applying the latest in banking technology. Danamon has implemented the D'connect system to connect all branches and units within the Bank so that all customers' inputs can be monitored in real time basis. We constantly ensure that each and every Danamon's online banking platform can give us the opportunity to communicate directly with our customers and offer simple tools they can use to manage their wealth better.

Our latest mobile and internet system was improved to make it easier for customers to reach us quickly and navigate to the right choices with minimum effort and absolute security. Over 26% of our personal banking customers who actively do ATM/debit card transactions also register to our online banking services. The number of customers using our online services has increased by 24% compared to 2013.

Keterangan	2014	2013	Description
Jumlah Pengguna Permanen	174.568	140.721	Number of Permanent Users
Jumlah Transaksi	74.350.172	29.936.224	Number of Transactions
Pendapatan (Rp)	18.094.008.838	5.955.637.649	Fee Income (Rp)

D-MOBILE [G4-FS14]

Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di Asia Tenggara. Dengan pertumbuhan teknologi informasi yang sangat cepat dan peningkatan dalam penggunaan *smartphone*, layanan mobile banking menjadi hal yang sangat dibutuhkan. Untuk menjawab kebutuhan ini, Danamon meluncurkan aplikasi mobile banking pertama kami dengan nama D-Mobile pada 17 November 2014 sebagai bentuk komitmen kami dalam penyediaan kemudahan dalam bertransaksi dan upaya untuk menciptakan terobosan terbaru untuk meningkatkan kenyamanan bertransaksi bagi nasabah.

Di samping pelayanan transaksi perbankan seperti transfer dana, isi ulang, dan pembayaran tagihan, D-Mobile juga dilengkapi dengan fitur inovasi terbaru, yakni D-Cash, yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transfer dana melalui Facebook, meskipun penerima dana bukan nasabah Danamon. Fitur inovasi lainnya adalah fitur Augmented Reality, dimana nasabah dapat menemukan promo Danamon terdekat dengan posisi mereka saat ini dengan radius hingga 5 KM dengan menggunakan aplikasi ini.

Fitur inovasi pada D-Mobile juga telah dilengkapi dengan sistem keamanan sehingga transaksi dengan melalui jaringan sosial media dapat dilakukan dengan aman. Saat ini, sudah terdapat 1.280 ATM Danamon yang bertanda D-Cash di Indonesia, yang telah dipersiapkan untuk mendukung proses transaksi melalui fitur D-Cash SosMed.

D-MOBILE [G4-FS14]

Indonesia is one of the fastest growing economies in South East Asia. With the rapid progress in information technology and the growth in smartphone usage, a mobile banking service has become a necessity. To answer this needs, Danamon launched our first mobile banking application called D-Mobile on 17 November 2014 as our commitment to provide ease of transaction and strive to create the latest breakthroughs to improve customer convenience when making financial transactions.

Besides being able to conduct banking transactions such as transfer funds, reload, and payment of bills, D-Mobile presents a new innovation that features SosMed D-Cash, which enables customers to provide funds to transfer to their Facebook friends, even if the recipients are non-Danamon customers. Another innovative feature is Augmented Reality features where users can find the nearest Danamon promo within a maximum radius of 5 KM through this application.

Innovative features in D-Mobile have also been equipped with a security system so that transactions through social media networks can be done safely. There are currently as many as 1,280 ATM Danamon marked D-Cash in Indonesia, which have been prepared to support the transaction process through the SosMed D-Cash feature.

Keamanan dan Kerahasiaan [G4-DMA]

Danamon berupaya memenuhi tanggung jawab hukum dimanapun kami beroperasi untuk memenuhi hukum yang berlaku dan juga semangat hukumnya. Kami juga terus bekerja sama dengan pemerintah dan Bank Indonesia, bank pusat di Indonesia, juga dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk membangun layanan perbankan dasar dan menyediakan kredit yang terjangkau. Pada saat yang sama, bisnis kami hanya akan berkembang dengan baik jika tertanam dengan unsur pemerintahan yang baik, inovasi sosial dan integritas lingkungan.

Privasi nasabah dan kerahasiaan informasi mereka diatur oleh UU. Hukuman ketat dijatuhkan kepada mereka yang bertanggung jawab atas pelanggaran kerahasiaan. Semua karyawan secara terus-menerus di ingatkan konsekuensi. Setiap karyawan yang didapati melanggar undang-undang ini akan dikenakan tindakan disiplin.

Keterlibatan Nasabah dan Pengelolaan Keluhan [G4-PR5]

Pengelolaan keluhan dan keterlibatan nasabah telah menjadi bagian integral dari bisnis kami, baik dari perspektif regulasi dan sudut pandang layanan nasabah. Di Danamon, pengelolaan pengaduan adalah proses formal merekam dan menyelesaikan keluhan nasabah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan produk dan layanan kami kepada nasabah.

Danamon menerima umpan balik dari nasabah untuk melacak kinerja, produk, dan layanan kami. Bank sangat transparan dalam menangani keluhan dari nasabah. Kami dapat diakses setiap saat oleh nasabah via call center kami, Danamon Access Center, di 500-900 dan website perusahaan kami. Nasabah dapat mengajukan aduan dan memberikan umpan balik dalam berbagai cara: email, surat, telepon, di cabang dan pusat-pusat kami.

Kami berkomitmen untuk menyelesaikan semua kasus, umpan balik dan keluhan. Danamon melakukan analisis akar penyebab untuk memastikan kekurangan yang diadukan telah diselesaikan.

Sebagai bagian dari komitmen kami terhadap layanan nasabah, kami secara aktif terlibat dengan klien kami dalam pengembangan dan peningkatan layanan kami. Salah satu cara yang kami lakukan adalah dengan mengundang umpan balik dari nasabah kami yang paling setia. Danamon juga selalu bekerja sama dengan nasabah untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Keterlibatan nasabah menjadi hal yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan bank. Kegiatan wawasan pelanggan juga diselenggarakan untuk membina budaya melayani yang kuat di dalam jaringan perbankan kami.

Ke depan, kami berkomitmen untuk terlibat lebih banyak di dalam umpan balik langsung dari nasabah setelah pengaduan diatasi untuk mendengar pengalaman mereka terhadap layanan kami. Hal ini akan dapat membantu kami belajar dari setiap pengalaman dengan nasabah.

Safety and Privacy [G4-DMA]

Danamon strives towards meeting our legal responsibilities everywhere we operate to comply with the letter and spirit of the law. We are constantly working with governments and Bank Indonesia, the central bank of Indonesia, as well as the Financial Services Authority (OJK), to enhance basic banking services and provide affordable credit. At the same time, our business will only thrive when embedded with elements of good governance, social innovation and environmental integrity.

Customer privacy and confidentiality of their information are governed by the Law. Strict penalties are meted out to those responsible for breaches of confidentiality. All employees are constantly reminded of the consequences. Any employee found in breach of these laws will be subject to disciplinary action.

Customer Engagement and Complaint Management [G4-PR5]

Complaints management and customer engagement has become an integral part of our business, both from a regulatory perspective and a customer service standpoint. In Danamon, complaints management is the formal process of recording and resolving a customer complaint. This is aimed to improve our product and services to our customer.

Danamon receives feedback from customers to track our performance, products and services. The Bank is transparent in handling customer-based complaints. We are accessible to customers 24/7 via our call centre, Danamon Access Center, at 500-900 and our corporate website. Customers can complain and give feedback in a variety of ways: emails, letters, telephone calls, in our branches and centres.

We are committed to resolving all cases, feedback and complaints. Root cause analysis is also to ensure the highlighted shortcomings are fixed.

As part of our commitment to client centricity, we actively engage our clients in the development and improvement of our services. One way is by inviting feedback from our most loyal clients. Danamon always work together with customers to improve our products and services quality. Engaging our customer is crucial to support the growth of the Bank. Customer insight activities has been organized in order to foster a strong service culture throughout our banking network.

In the future, we are committed to engage in even more direct customer feedback after their complaint has been settled to hear how they have experienced our service. This should enable us to keep learning from our experiences with customers.

Kepuasan Nasabah [G4-PR5]

Danamon percaya bahwa dalam peningkatan kepuasan nasabah juga terdapat cara yang terbaik untuk mengurangi pengaduan dan membangun kepercayaan dalam merek kami. Cara terbaik untuk mengurangi keluhan adalah dengan menghindari terjadinya keluhan dengan meningkatkan standar layanan nasabah. Hal ini menjadi sebab mengapa kami mengambil langkah untuk melakukan survei kepuasan nasabah.

Secara rutin kami berupaya mendapatkan umpan balik dari nasabah untuk mengidentifikasi area perbaikan dan kesempatan untuk mengembangkan produk dan layanan kami, serta sebagai pendekatan untuk mewaspadai potensi masalah. Kami memiliki pendekatan menyeluruh untuk mengumpulkan informasi, termasuk: survei tahunan mengenai kepuasan nasabah melalui pihak ketiga yang independen, seperti MarkPlus dan Bank Service Excellence Monitor (BSEM). Selain itu, kami juga selalu memonitor keluhan nasabah melalui call center untuk memperbaiki produk dan layanan kami.

Customer Satisfaction [G4-PR5]

Danamon believe that improving customer satisfaction is also the very best way to reduce customer complaints and build trust in our brands. The best way to reduce complaints is to avoid them in the first place by improving our customer service standards. This is why we take steps to conduct customer satisfaction surveys.

We regularly seek customer feedback to understand product and service development opportunities and to alert us to potential problems. We have a comprehensive approach to gathering information including: annual customer satisfaction survey through an independent third party, such as Bank Service Excellence Monitor (BSEM) and MarkPlus. In addition, we always track our customer complaints through our call center to improve our products and services.

MENCAPAI LAYANAN TERBAIK DAN KEPUASAN NASABAH

[G4-PR5]

Tahun ini Danamon berhasil mencapai Top-5 Bank Indonesia dalam survei tahunan Bank Monitor Service Excellence (BSEM). Selain itu, berdasarkan survei dari MarkPlus Insight dan Marketeers di 17 kota dan melibatkan 17.000 responden di seluruh Indonesia pada kualitas layanan, kami diberikan 9 penghargaan MarkPlus WOW Service Excellence Award.

ACHIEVING SERVICE EXCELLENCE AND CUSTOMER SATISFACTION [G4-PR5]

This year Danamon managed to achieve Indonesia's Top-5 Bank in the Bank Service Excellence Monitor (BSEM) annual survey. Moreover, MarkPlus Insight dan Marketeers, based on their survey in 17 cities involving 17,000 respondents across Indonesia on service quality awarded us with 9 MarkPlus WOW Service Excellence Award.

TEMU IDOLA MANCHESTER UNITED UNTUK NASABAH SETIA KAMI

Pihak bank selalu berupaya untuk membuat nasabah kami puas. Pada Mei 2014, Danamon mengadakan acara bagi nasabah setia kami untuk berjumpa dengan pemain sepak bola Manchester United di Kota Bandung. Kami mengundang empat pemain legendaris Manchester seperti: Bryan Robson, Dwight Yorke, Andy Cole dan Denis Irwin. Kami menganugerahkan kepada lima nasabah Danamon Manchester United Card untuk bertemu langsung dengan pemain-pemain legendaris tersebut. Mereka berkesempatan untuk foto bersama dan mendapatkan tanda tangan dari pemain sepak bola favorit mereka.

Penggemar Manchester United dapat menunjukkan kecintaan terhadap klub favorit mereka dengan kartu ini. Kartu Danamon Manchester United kami memiliki tiga fitur:

1. Red Match: Kesempatan untuk menyaksikan pertandingan sepak bola di Old Trafford dengan cuma-cuma.
2. Red Rewards: Poin reward dapat ditukarkan dengan original merchandise dari Manchester United.
3. Red Hot Deals: Penawaran khusus di Outlet Olah Raga, Manchester United Megastore, Red Café, Fashion Restaurant dan outlet lainnya.

MANCHESTER UNITED EVENT FOR OUR LOYAL CUSTOMERS

The Banks always strives to make our customer happy. In May 2014, Danamon has organized an event for our loyal customer to meet the Manchester United football players in Bandung. We have invited four Manchester legends such as: Bryan Robson, Dwight Yorke, Andy Cole, and Denis Irwin. There were five customers of Danamon Manchester United Card awarded to meet the legend. They had the opportunity to take pictures and get the autographs from their favourite football players.

MU fans can show their loves to their favorites club through this card. Our Danamon Manchester United card has three features:

1. Red Match: opportunity to watch a football match in Old Trafford for free
2. Red Rewards: rewards points can be redeemed with original Manchester United merchandise
3. Red Hot Deals: special deals in Sport Outlet, MU Megastore, Red Café, Fashion Restaurant and other outlets.

Layanan Perbankan yang Kompetitif

Produk inovatif dan solusi perbankan yang handal telah menjadikan Danamon sebagai Bank pilihan jutaan nasabah setiap hari. Produk dan layanan perbankan kami dirancang untuk memenuhi kebutuhan end-to-end dari semua tipe nasabah. Kami memiliki berbagai produk perbankan dari rekening tabungan, investasi, pinjaman, dan kartu kredit. Dalam rangka melayani nasabah kami lebih baik. Danamon juga mengembangkan internet dan mobile banking demi menghadirkan pengalaman perbankan yang lebih baik.

[G4-FS14]

Competitive Banking

Innovative products and smart banking solutions make us the banker of choice for millions of users each day. Our banking products and services are designed to meet the end-to-end needs of all types of users. We have various banking products from saving accounts, investment, loans, and credit card. In order to serve our customer better, we also develop internet and mobile banking to give an better banking experience. [G4-FS14]



Aktivitas Cabang Danamon,
Menara Bank Danamon
Danamon Branch activities,
Bank Danamon Tower

LEBIH DEKAT DENGAN SETIAP NASABAH MELALUI PRODUK & LAYANAN YANG KOMPETITIF

Danamon Syariah

Menjawab kebutuhan nasabah kami untuk produk perbankan syariah dasar, Danamon memiliki unit usaha Danamon syariah. Salah satu produk dari Danamon Syariah adalah Cash Management. Ini adalah solusi perbankan yang komprehensif yang membantu nasabah kami dalam pengelolaan *cashflow* dan tingkat likuiditas secara efisien dan efektif untuk memberikan manfaat terbesar bagi nasabah kami. Selain itu, kami juga memiliki program pendanaan Koperasi Karyawan dan UKM yang sesuai dengan Skema Mudharabah dan Murabahah.

ENHANCING MARKET PRESENCE THROUGH COMPETITIVE PRODUCTS & SERVICES

Danamon Syariah

Answering to the needs of our customers for basic Islamic banking products, Danamon has a Danamon syariah unit. One product of Danamon Syariah is Cash Management. This is a comprehensive banking solution that will assist our customer in cashflow management and liquidity level efficiently and effectively to benefit our customer the most. Furthermore, we also has Employee Cooperative and SME funding program that comply to the Mudharabah and Murabahah Scheme.