



Managing New Generation of Talent

March 2016

Have you read the news lately?



NOMOR 250 TAHUN KOMPAS
 Online: www.kompasprint.com
 E-mail: korpas@kompas.com
 Telepon: Bekasi (021) 5347730
 Irian (021) 53679909
 Layanan Pelanggan (021) 25678000
 Harga langganan Rp 98.000,-
 Harga eoran Rp 4.500,-

Generasi Y Mengubah Wajah Korporasi

Efisiensi Kerja Makin Didorong

JAKARTA, KOMPAS — Generasi Y mulai mengubah lanskap korporasi di Indonesia. Kultur korporasi, gaya kepemimpinan, hingga urusan perekrutan dan metode memotivasi karyawan pun berubah, seiring makin besarnya peran generasi yang lahir setelah tahun 1980 ini dalam perusahaan.

Angkatan kerja yang bernilai sekitar 50 tahun—kecil disebut generasi Y atau generasi milenial—kini mendorong perubahan besar dalam perusahaan bisnis. Generasi ini memiliki karakter berbeda dengan pendahulunya. Mereka pun lebih mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis.

Perubahan lanskap itu terbantu oleh beberapa kalangan yang diberi akses dengan teknologi yang lebih canggih. Misalnya, CEO PT Bank OCBC NISP Tbk, saat ini 70-80 persen dari karyawan yang ada tergolong generasi Y. Sementara, di perusahaan-perusahaan lain.

Alumni Persepsi Bisnis
HAL 17

Stefanus Kevin Murnanti yang lahir pada 1986, dan CEO Divisi Business Termal Air Wadigay yang lahir pada 1990

Perubahan data yang dimanfaatkan, di perusahaan yang sudah matang, seperti PT Wijaya Karya (Persero) Tbk, dan PT Bank OCBC NISP Tbk, saat ini 70-80 persen dari karyawan yang ada tergolong generasi Y. Sementara, di perusahaan-perusahaan lain.

Perubahan Lanskap Itu Terbantu
 oleh beberapa kalangan yang diberi akses dengan teknologi yang lebih canggih.

PEMBAGIAN GENERASI

Generasi	Tahun Lahir	Usia
Generasi X	1961-1980	31-50
Generasi Y	1981-1990	19-28
Generasi Z	1991-2000	10-19

KULTUR KORPORASI

Generasi Y Bawa Perubahan Sosial

JAKARTA, KOMPAS — Kehadiran generasi Y atau generasi milenial di samping mengelola bisnis, juga mendorong perubahan sosial. Kehadiran mereka yang bersentuhan dengan teknologi digital telah mampu membuat kolaborasi untuk pecah terobosan masalah di masyarakat.

Mereka yang ditemui dan dihubungi Kompas sejak pekan lalu hingga Senin (24/3) mengungkap, kehadiran teknologi digital membuat mereka bisa mudah berkolaborasi dan dapat menyelesaikan masalah-masalah di masyarakat.

Mohammad Alfatih Timur (24), pendiri Kitabisa.com, laman kumpul dana publik (crowdfunding) pertama di Indonesia, menyatakan, di lamanya sudah ada 900 kampanye berbagai kegiatan sosial dan dana terkumpul mencapai Rp 10 miliar. Target nilai dana yang terkumpul adalah Rp 30 miliar sampai akhir tahun 2016.

Alfatih adalah satu di antara "30 Under 30 Asia" yang dihehekan majalah Forbes untuk kategori wirausaha sosial. Saat menentukan pemenang, Forbes menilai pencapaian mereka untuk masyarakat, selain catatan keberhasilan mereka sendiri.

Contoh kampanye adalah terkait keterbatasan Rio Haryanto di ajang lomba Formula 1. Alfatih menggalang di Kitabisa.com sudah terdapat dana Rp 270 juta. Kampanye itu berasal dari 1.300 pengembara.

Di tempat terpisah, Group CEO of Mayapada Healthcare Group Jonathan Tahir (29) menilai tren digital dalam bisnis sudah tidak bisa dihindari. Ia mencantumkan layanan jasa kesehatan. Mayapada Healthcare Group saat ini mengembangkan klinik berbasis aplikasi internet.

Dengan demikian, menurut Jonathan, nantinya diharapkan lebih banyak masyarakat dapat mengakses layanan kesehatan melalui aplikasi tersebut. Dengan aplikasi digital, klinik yang dibangun di suatu tempat diharapkan dapat dilanda dan dimanfaatkan oleh masyarakat yang lebih banyak dan luas.

Dengan perkembangan teknologi digital di Indonesia, menurut Jonathan, ia tidak terduga mengkhawatirkan persaingan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN ataupun di tingkat global. Dengan teknologi digital, potensi pasar di Indonesia masih besar dan perlu dijajagi.

Sementara itu, CEO Pasarlaut.com, usaha rintisan komoditas ikan, Farid Naufal Aslam (22), mengungkapkan, teknologi digital membuat manajemen bisnis lebih transparan dan bisa membantu nelayan. Ia mencantumkan, selama ini, stok ikan di suatu daerah atau tempat pelelangan ikan sulit diketahui.

Akan tetapi, lanjut Farid, melalui kerja sama dengan koperasi nelayan dan penerapan aplikasi digital dalam distribusi atau penjualan tangkapan ikan, pihaknya dapat mengetahui piokan

Perubahan Lanskap Itu Terbantu
 oleh beberapa kalangan yang diberi akses dengan teknologi yang lebih canggih.

PEMBAGIAN GENERASI

Generasi	Tahun Lahir	Usia
Generasi X	1961-1980	31-50
Generasi Y	1981-1990	19-28
Generasi Z	1991-2000	10-19

SUMBER DAYA MANUSIA

Korporasi Bersaing Memikat Generasi Y

JAKARTA, KOMPAS — Persaingan untuk mendapatkan sumber daya manusia generasi milenial makin ketat. Mereka lebih memilih untuk bekerja di usaha rintisan (start up) berbasis digital dengan kultur kerja yang menarik. Situasi ini menjadikan perusahaan makin harus mencari cara untuk mendapatkan SDM terbaik.

Kalangan eksekutif perusahaan maupun ataupun usaha rintisan yang dihubungi Kompas di Jakarta, Rabu (24/3), menyatakan, mereka menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan sumber daya manusia (SDM) yang terbaik. Beberapa langkah yang dilakukan antara lain memantau kantong-kantong sumber talenta, menawarkan magang sebelum lulus, tawaran melanjutkan studi, dan menawarkan asuransi kerja yang dinamis.

Presiden Direktur dan CEO PT Bank OCBC NISP Tbk Parwati Surjadi mengatakan, secara umum kantong-kantong yang menarik generasi Y dengan potensi dan kemampuan yang diinginkan OCBC sudah diidentifikasi.

"Kami meyakini, kesuksesan yang paling penting, bukan dari angka akademis atau nilai kompetensi, tetapi terutama dari kecocokan nilai," kata Parwati. Dengan demikian ini, hubungan antara perusahaan dan SDM bisa langgeng sebab ada keselarasan antara tindakan, pikiran, dan hati.

"Alhasil, generasi Y bisa berkembang lebih baik karena berkarya dengan sepenuh hati dan sesuai nilai-nilai yang pas untuk mereka," ujar Parwati.

Sekretaris Perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tik Rohan Hafis menjelaskan, untuk menarik SDM terbaik, Bank Mandiri membuat seleksi ketat, tetapi harus menarik mereka. Misalnya, ada tawaran seperti penyediaan sponsor untuk pendidikan lanjutan, pelatihan dan pengembangan profesional, kesempatan perjalanan atau penempatan di luar negeri, dan lingkungan kerja yang kreatif dan dinamis.

Sekretaris Perusahaan PT Wijaya Karya (Persero) Tik Sunadi mengatakan, Wijaya Karya menawarkan sumber daya terbaik untuk magang di perusahaan global, seperti Kajima Corp di Jepang dan Korea Selatan. Untuk menarik mereka, Wijaya Karya, antara lain, melakukan pemantauan di berbagai universitas untuk lulusan baru, sedangkan tenaga pengajaran direkrut melalui lembaga pembantu SDM yang bekerja sama dengan konsultan dalam dan luar negeri.

CEO Babucom Shinta Dhamawardoyo mengatakan, untuk mendapatkan SDM yang sesuai dengan keinginan perusahaan, dirinya memfasilitasi perkembangan mahasiswa dengan program magang yang mengikuti standar yang diterapkan Babucom. "Kami tidak promosi, tetapi justru mereka yang datang ke tempat kami karena telah mengenal kami di industri digital. Meski demikian, kami tetap menjalin kerja sama dengan pusat karier beberapa universitas. Cara lainnya, saya sering menjadi juri-juri di kegiatan kampus, nah dari situ kalau ada anak yang bagus saya suka melakukan pendekatan," kata Shinta.

Public Relations Manager Bukalapak.com Eri Andarini merekomendasikan, pihaknya menyelenggarakan tur ke 30 kota di Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali. Di sana, mereka membuka peluang pengabdian masyarakat di samping pelatihan kewirausahaan, "Kami menggunakan pendekatan seperti ini karena generasi Y menyukai keterampilan, kami memiliki program kewirausahaan dan pelatihan kewirausahaannya. Ada pula program

Perubahan Lanskap Itu Terbantu
 oleh beberapa kalangan yang diberi akses dengan teknologi yang lebih canggih.

PEMBAGIAN GENERASI

Generasi	Tahun Lahir	Usia
Generasi X	1961-1980	31-50
Generasi Y	1981-1990	19-28
Generasi Z	1991-2000	10-19

Generasi Y Menggerus Model Bisnis Lama

Perusahaan Ventura Marak

JAKARTA, KOMPAS — Generasi Y atau generasi milenial yang lahir setelah 1980 mengutamakan teknologi digital. Teknologi ini menyulitkan simbol model bisnis baru yang lebih efisien dan cepat. Dianggapnya model bisnis lama bisa tergusur. Aturan bisnisnya terungkap dengan perkembangan ini.

Beberapa kalangan yang di hubungi Kompas, menilai lebih dari tahun 2010, terdapat, perubahan perubahan model bisnis yang tak bisa dipungkiri. Dengan digital yang berkembang pesat, model bisnis lama yang sudah ada banyak yang harus diubah.

CEO Babucom Shinta Dhamawardoyo mengatakan, untuk mendapatkan SDM yang sesuai dengan keinginan perusahaan, dirinya memfasilitasi perkembangan mahasiswa dengan program magang yang mengikuti standar yang diterapkan Babucom. "Kami tidak promosi, tetapi justru mereka yang datang ke tempat kami karena telah mengenal kami di industri digital. Meski demikian, kami tetap menjalin kerja sama dengan pusat karier beberapa universitas. Cara lainnya, saya sering menjadi juri-juri di kegiatan kampus, nah dari situ kalau ada anak yang bagus saya suka melakukan pendekatan," kata Shinta.

Public Relations Manager Bukalapak.com Eri Andarini merekomendasikan, pihaknya menyelenggarakan tur ke 30 kota di Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali. Di sana, mereka membuka peluang pengabdian masyarakat di samping pelatihan kewirausahaan, "Kami menggunakan pendekatan seperti ini karena generasi Y menyukai keterampilan, kami memiliki program kewirausahaan dan pelatihan kewirausahaannya. Ada pula program

Perubahan Lanskap Itu Terbantu
 oleh beberapa kalangan yang diberi akses dengan teknologi yang lebih canggih.

PEMBAGIAN GENERASI

Generasi	Tahun Lahir	Usia
Generasi X	1961-1980	31-50
Generasi Y	1981-1990	19-28
Generasi Z	1991-2000	10-19

Company Profile

To be the leading financial services provider in Indonesia, by created value to served communities

PT Bank Maybank Indonesia Tbk (“Maybank Indonesia” or “the Bank”, previously known as “PT Bank Internasional Indonesia Tbk”)¹ was established in 1959 and today is one of the largest banks in Indonesia.

Comprehensive range of products and services through Retail Banking, Business Banking and Global Banking as well as auto financing business through WOM Finance and BII Finance

International network of **681** branches², including **Sharia branches** spread across all provinces in Indonesia and two overseas branches in **Mauritius** and **Mumbai**

± 11,430 permanent employees, more than 4,000 are distributed in branches all over Indonesia²

We have total of customer deposits of **IDR 110.6T** under management with total assets reaching **IDR 153.9T**⁴

1) Name changes approved by Otoritas Jasa Keuangan (OJK) on 23 September 2015

2) Source: Maybank Indonesia Financial Report 1H15

3) Source: Maybank Indonesia Consolidated Financial Report 3Q15

Global Network Map of Maybank Group



22 Million Customers

±47,000 employees

The Largest Bank in Malaysia, **TOP 4 in ASEAN**

Over 2,400 Offices in 20 Countries

USD 183 Billion Total Assets



Home Markets
Malaysia, Singapore and Indonesia

Our three home markets of Malaysia, Singapore and Indonesia accounted for 88.6% of total Group Profit Before Tax (PBT) in FY2014. Malaysia is the largest contributor, with 59.7% of Group gross loans originating from this market and a contribution of 71.2% to Group PBT. The second largest contributor to the Group's performance is Singapore, with a 14.4% PBT contribution led by a strong commercial and consumer banking franchise.



Maybank Indonesia's Operational Network Map

Present to serve the communities at each branch we operates across Indonesia



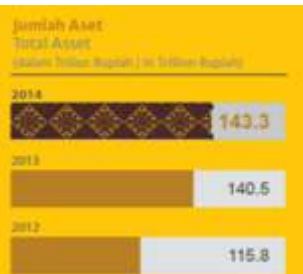
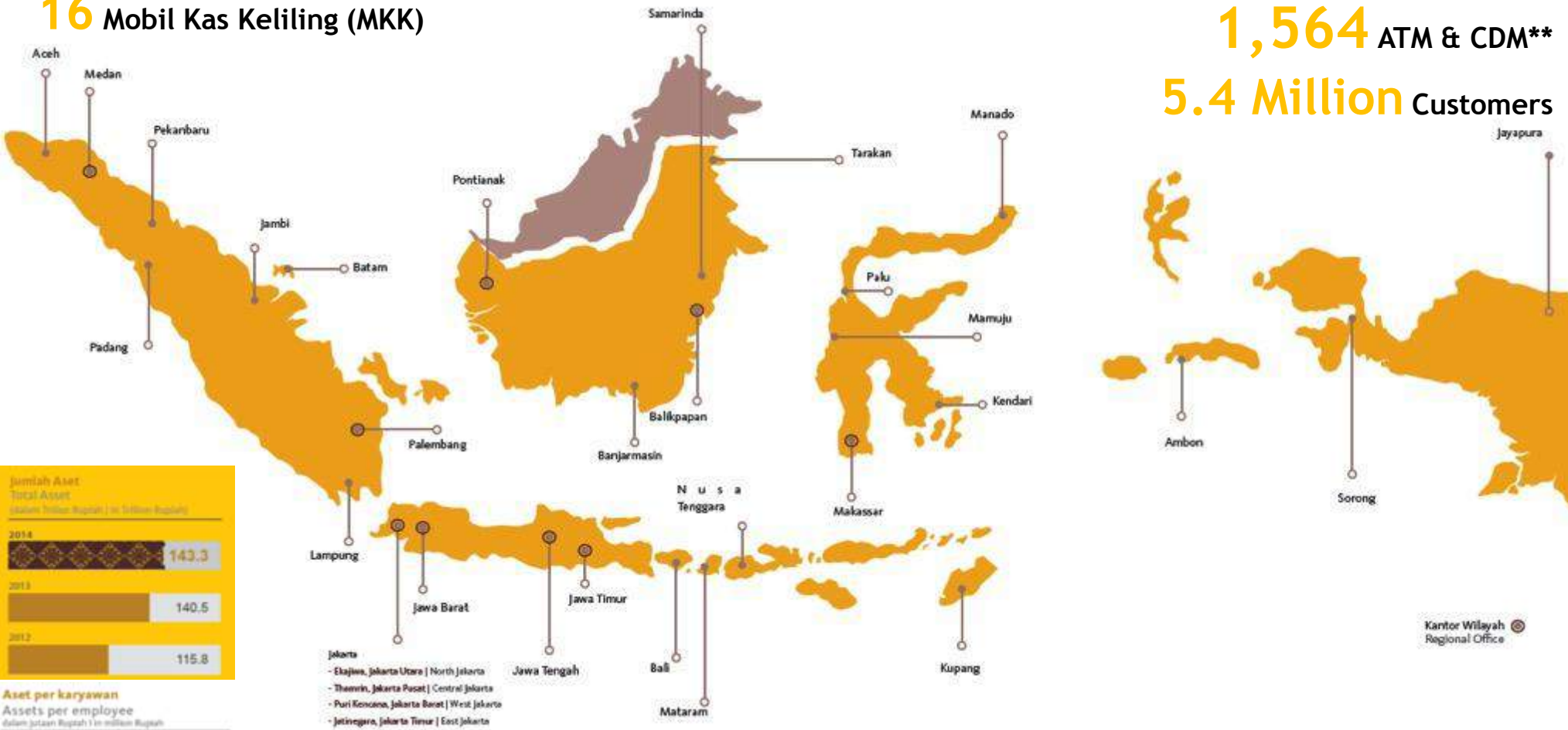
26 Platinum Access Center & Rooms

16 Mobil Kas Keliling (MKK)

681 Branches*

1,564 ATM & CDM**

5.4 Million Customers



- Jakarta**
- Ekajawa, Jakarta Utara | North Jakarta
 - Thamrin, Jakarta Pusat | Central Jakarta
 - Puri Kencana, Jakarta Barat | West Jakarta
 - Jatinegara, Jakarta Timur | East Jakarta

*) Branches including main branches, sub-branches and cash offices
Also includes Sharia branches, 27 Micro functional offices and 2 overseas branches in Mumbai and Mauritius, and Subsidiaries (188 WOM, 40 BII Finance)

**) Including 95 CDMs, all connected to more than 20,000 ATMs of the ATM PRIMA, ATM BERSAMA, ALTO, CIRRUS, Plus, and to 3,500 Maybank ATMs in Singapore and Malaysia through MEPS network



55% of
Maybankers
are GEN Y!

Should we manage them the same way?

A group of people in society who are **BORN** and **LIVE** around the same time who generally share **Similar Historical Experience, BEHAVIORS & Attitude**

Source: www.macmillandictionary.com



BABY BOOMERS Born 1945-1959

- Parents were post war
- Frugal, large families
- Hard working (labor work)
- One job for life



GEN X Born 1960-1979

- Parents less traditional
- Choose work over family
- Were rewarded at work for long hours

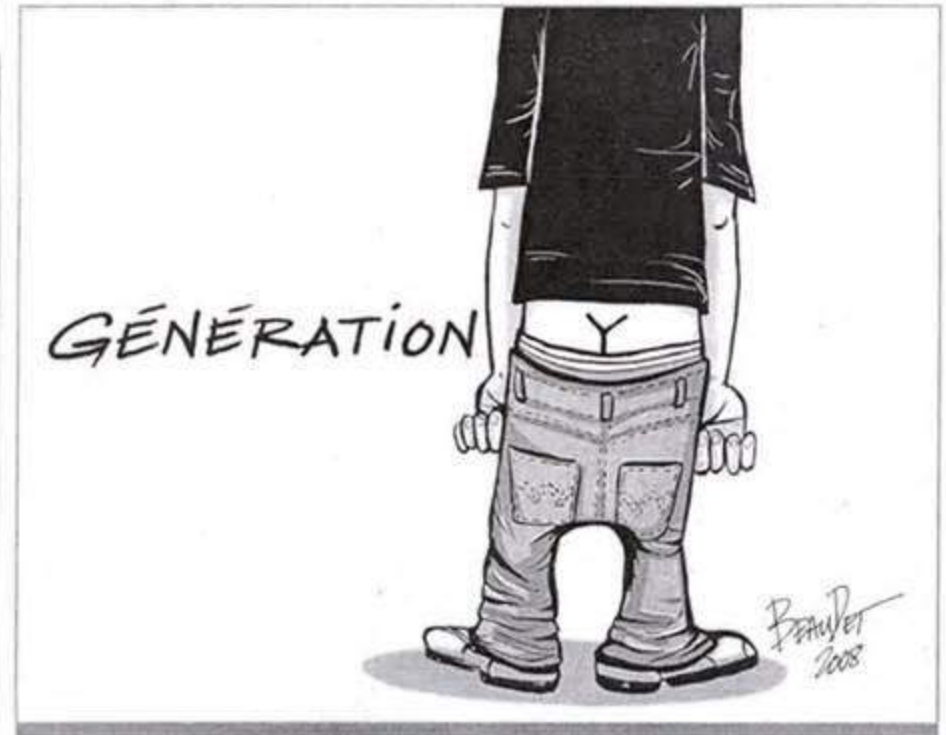


GEN Y Born 1980-2000

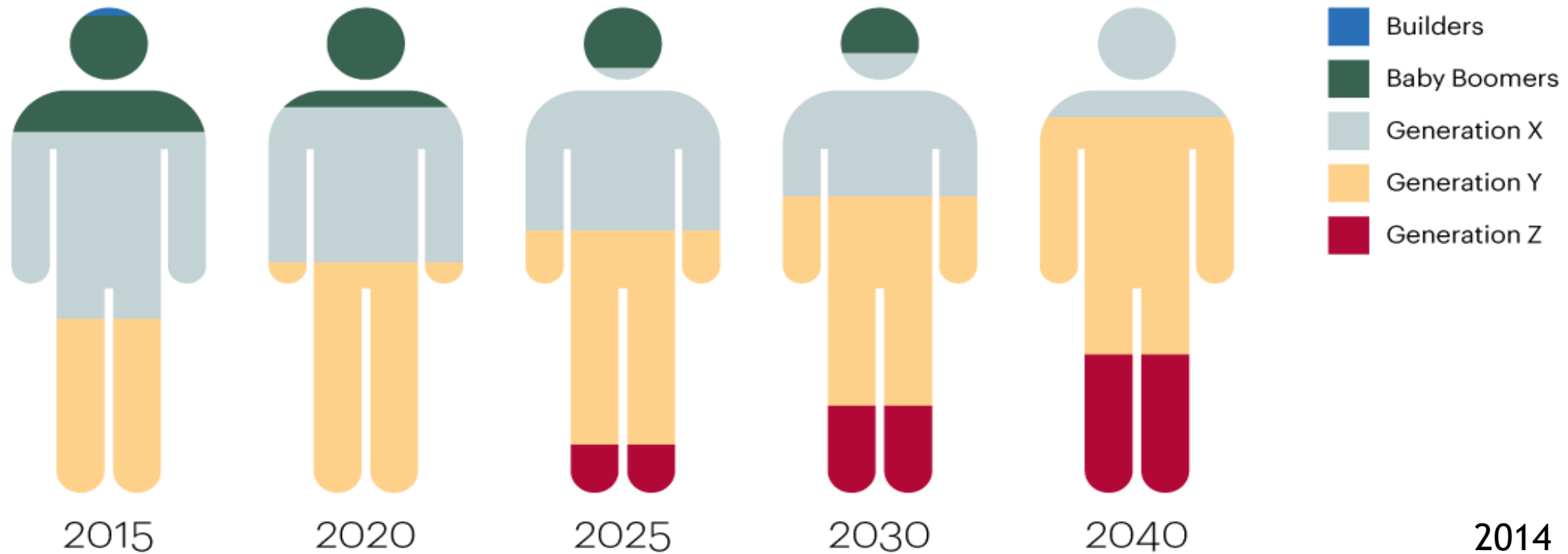
- Watched their parents have high stress level
- Questions the rules, challenges the norms
- More than 20 jobs in a lifetime

- Gen Y are disloyal and not willing to make real commitments to their employers.
- They won't do the grunt work
- They want the top job on day one
- They don't know very much and have short attention spans
- They need work to be fun
- They don't respect their elders

JOURNAL DE QUÉBEC | MARDI 22 JANVIER 2008



Millennial will comprise the majority of the workforce by 2025



Source: U.S. Census Bureau

ASEAN's workplaces are adding **more millennials** and women, and reflect a more diverse mix of age groups.

By 2020, **55%** ASEAN's working age population **will be 20 -39 years old**. Indonesia and Philippines have significant millennial population.

Millennial as Workforce

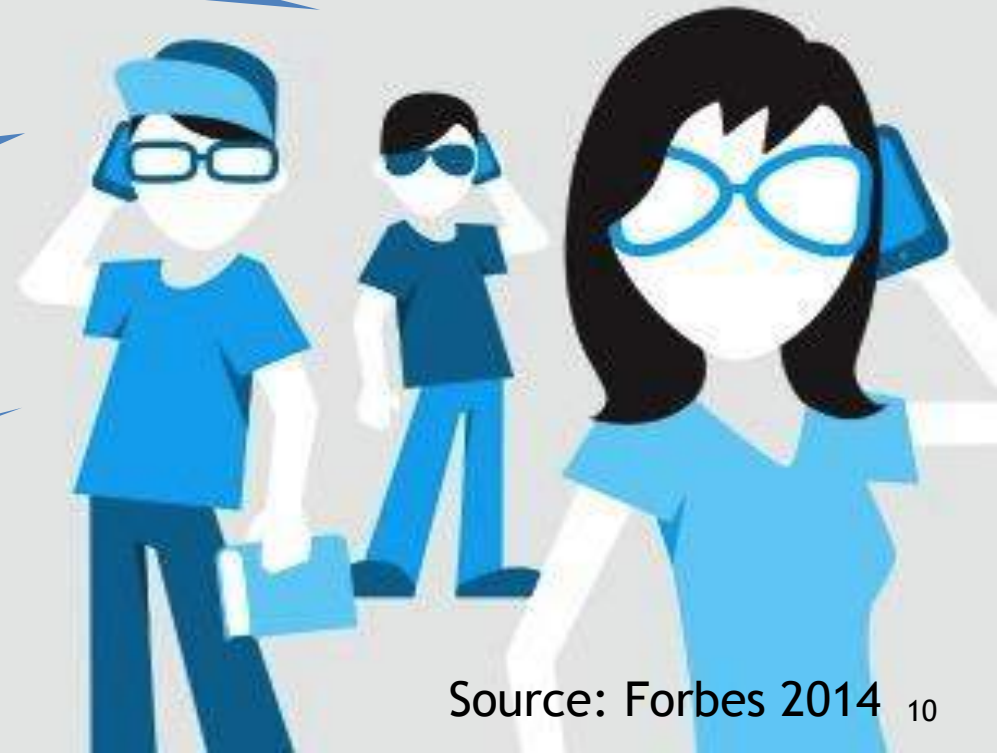
64% say it's a priority for them to make the world a better place.

88% prefer a collaborative work-culture rather than a competitive one.

88% want "work-life integration," which isn't the same as work-life balance,

72% like to be their own boss. **79%** want that boss to serve more as a coach / mentor

74% want flexible work schedules.







Manager Assumes ...

- To be respected by employee
- Recognize employee for delivering results
- Employee will stay regardless the situation



While Gen Y Expects...

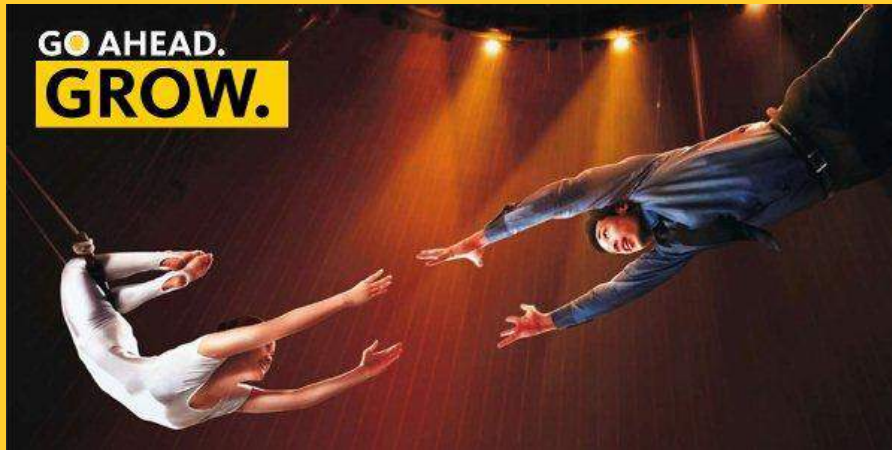
- Management must earn respect
- Recognition is based on effort
- Management must engage me to keep me here!



- Understand that the **generational balance** of your workplace is shifting
- Recognize the **distinct characteristics** of each generation
- Learn to **communicate in different ways** to reach different employees
- Take steps **to bridge the gap** in managing employees of different generations
- Keep **five themes** in mind when thinking about the millennial generations : politically aware, involved socially, tech-savvy, committed to learning and driven to innovate

How We Treat Our People

Maybank Indonesia Employee Value Proposition



GO AHEAD.
GROW.

We have strong commitment and focus to **develop** our people's capability and quality. Each employee is given chances to grow **personally** and **professionally**.



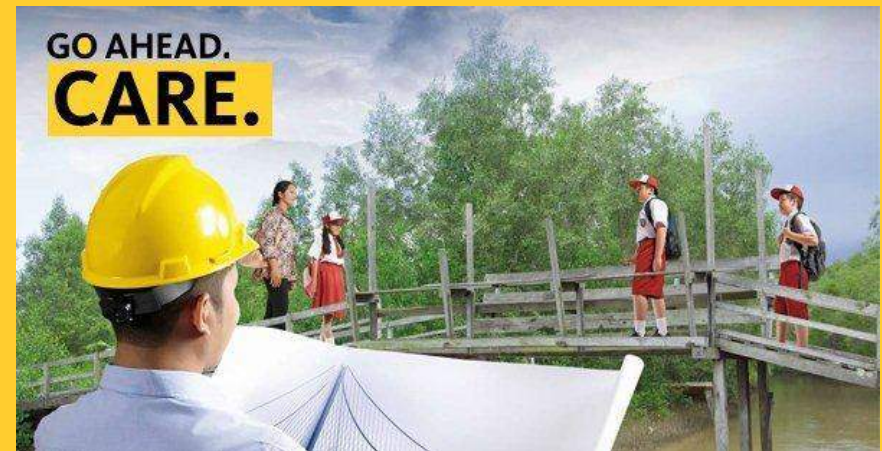
GO AHEAD.
FLY.

As part of Maybank Group, we are committed to provide **opportunities** for **international** career experience or exposure for our people.



GO AHEAD.
CREATE.

Our people are **challenged** to think **creative**, **innovative**, and out-of-the-box to make a better and **sustainable growth** for Maybank Indonesia.



GO AHEAD.
CARE.

Align with our mission humanizing financial services, we are not only seeking for customers but also **embracing our people** and realizing our corporate social responsibility.

Our Journey for Gen Y



- Adopt **Global Mind-set**
- Build a reputation as being **socially responsible**
- Become **uber-connected**
- Personalize the **employee experience**
- Enable customer focused innovation
- Champion openness and transparency
- Emphasize **learning agility**
- Build citizen leadership
- Encourage **social interactions** and connections among employees

Rewards Right

Engagement Events - We Gave More Than Just Money



Committing to TIGER Value - Rebranding Training: Perform, Comply, Accountable



WHYPHY Program

Fun and Engagement activities to support work-life balance, promoted by Gen-Y



Martabak with Maybankers: Open Opportunities for Communication, Openness and Creativity

Engagement at Social Media through @maybankersid



Awarding and Engagement Event



Health Talk and free Check-Up



Wellbeing and Sports Events



Scholarship for employees' children and Internship Program

Charity and Tabungan Simpati for Employees



Self-Development Session: Workshop, Internal Training, Townhall Session





Is it enough ?

Welcome to Gen Z

- **Hyperconnecting** : internet access is a human right, connectivity is a necessity
- **Adopting the world as my classroom**
- **Lifehacking**
- **Gaming is a foundation for engagement**

Thank You.

