

BAB 3

GAMBARAN UMUM INDUSTRI DAN PERUSAHAAN

PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk (Adira Finance) adalah sebuah perusahaan pembiayaan non-bank (*multi finance*). Bisnis utama yang dipasarkan Adira Finance adalah pembiayaan kendaraan bermotor, baik roda dua maupun roda empat. Selain memasarkan produk pembiayaan otomotif, Adira Finance juga menawarkan produk pinjaman dana tunai yang menjadi tanggung jawab Divisi Non Dealer Sales (NDS). Pada bahasan ini peneliti akan menjelaskan mengenai gambaran umum industri pembiayaan, sejarah dan kinerja Adira Finance, serta produk pinjaman dana tunai Adira Finance.

3.1 Gambaran Umum Industri Pembiayaan

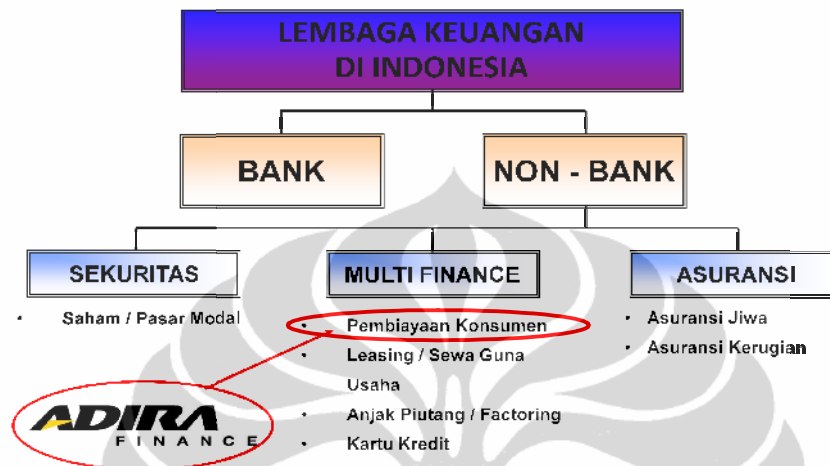
Industri pembiayaan otomotif (*multi finance*) mulai tumbuh di Indonesia tahun 1974. Landasan hukum pendirian perusahaan pembiayaan otomotif tersebut adalah Surat Keputusan Bersama (SKB) tiga menteri, yaitu Menteri Keuangan, Menteri Perindustrian, dan Menteri Perdagangan dan Koperasi Nomor : Kep-122/MK/IV/1/1974; No. 32/M/SK/2/1974; dan No. 30/Kpb/I/1974, tertanggal 7 Februari 1974. Landasan hukum perusahaan pembiayaan yang lebih tinggi yaitu Keputusan Presiden (Keppres) No.61 Tahun 1988 yang memuat ketentuan tentang perusahaan pembiayaan. Regulasi mengenai perusahaan pembiayaan tersebut kemudian diperbaharui dalam Peraturan Presiden No 9 tahun 2009. Di dalam peraturan tersebut dijelaskan:

Pasal 1 ayat 1: Lembaga Pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal.

Pasal 1 ayat 2: Perusahaan Pembiayaan adalah badan usaha yang khusus didirikan untuk melakukan Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang, Pembiayaan Konsumen, dan/atau usaha Kartu Kredit.

Pasal 1 ayat 5: Sewa Guna Usaha (*Leasing*) adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal baik secara Sewa Guna Usaha dengan hak opsi (*Finance Lease*) maupun Sewa Guna Usaha tanpa hak opsi (*Operating Lease*) untuk digunakan oleh Penyewa Guna Usaha (*Lessee*) selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara angsuran.

Pasal 1 ayat 7: Pembiayaan Konsumen (Consumers Finance) adalah kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan pembayaran secara angsuran.



Gambar 3.1 Lembaga Keuangan di Indonesia

Sumber : diolah kembali oleh penulis dari berbagai sumber

Secara historis, perkembangan industri pembiayaan di Indonesia dimulai dengan berdirinya PT Pembangunan Armada Niaga Nasional tahun 1975. Namun pertumbuhan industri pembiayaan lebih tertinggal dibandingkan dengan industri lain, seperti perbankan misalnya. Terlebih setelah dikeluarkannya paket kebijakan yang reformatif di bidang perbankan atau dikenal dengan Pakto 88 yang membuka kesempatan untuk mendirikan bank umum dan bank pembangunan, baik berbadan hukum perseroan terbatas maupun koperasi, dengan syarat yang lebih sederhana. Beberapa kalangan menyebut Pakto 88 sebagai penyebab keterpurukan perbankan pada masa krisis tahun 1998.

Terpuruknya industri perbankan, tidak berdampak pada lembaga keuangan non-bank seperti perusahaan pembiayaan yang membukukan kinerja keuangan cukup baik. Jenis barang yang dibiayai pun terus meningkat. Jika sebelumnya hanya terfokus pada pembiayaan transportasi, kini berkembang pada keperluan kantor, manufaktur, konstruksi dan pertanian. Hal ini mengindikasikan *multi finance* kian dikenal pelaku usaha nasional.

Pada tahun 2008 industri otomotif mengalami pertumbuhan yang pesat dan mencatat penjualan tertinggi sepanjang sejarah. Pertumbuhan pesat terjadi dari triwulan pertama hingga triwulan ketiga dan mulai mengalami perlambatan pada triwulan keempat karena dampak dari krisis ekonomi global.

Pada medio 2009, seiring dengan kondisi ekonomi Indonesia yang mulai bergerak ke arah yang kondusif, seperti suku bunga acuan yang stabil dan rendah sejak bulan Agustus hingga akhir tahun, nilai tukar Rupiah terhadap Dolar AS dan Yen Jepang yang mulai stabil, dan inflasi pada batas yang terkendali membuat perekonomian nasional masih dapat tumbuh positif dan menjadikan Indonesia sebagai salah satu Negara yang menjadi tujuan investasi dari luar negeri, dengan industri manufaktur otomotif sebagai salah satu incaran.

Ketua Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI), Wiwie Kurnia, menuturkan bahwa di akhir tahun 2009, 70% outstanding pembiayaan berasal dari sektor otomotif dan sisanya 30% berasal dari pembiayaan anjak piutang, kartu kredit, dan sewa guna usaha. Di tahun 2010, total aset industri pembiayaan diperkirakan akan naik 11,1% menjadi Rp 200 triliun. Ketua Umum Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), Gunadi Sindhuwinata, juga menyatakan bahwa sampai saat ini, 80% pembelian motor baru dilakukan dengan cara kredit.

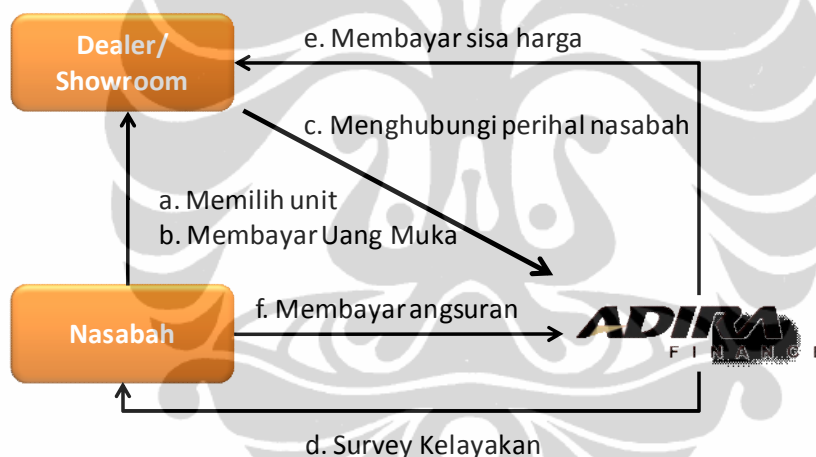
3.2 Gambaran Umum Adira Finance

PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk (Adira Finance) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di sektor pembiayaan konsumen bidang otomotif. Adira Finance didirikan tanggal 13 Nopember 1990 dan mulai menjalankan operasional komersialnya pada tahun 1991 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 253/KMK.013/1991 tanggal 4 Maret 1991.

Pada Maret 2004, Adira Finance mengalihkan kepemilikan saham sebesar 75% kepada PT Danamon Indonesia, Tbk (Bank Danamon) yang dimiliki Grup Temasek, Singapura. Dengan dukungan keuangan Bank Danamon, Adira Finance terus mengembangkan usahanya dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat menghasilkan nilai yang tinggi, baik bagi konsumen maupun pihak terkait yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan.

Berdasarkan ruang lingkup usahanya, Adira Finance dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan pembiayaan non-bank dalam bidang pembiayaan konsumen. Obyek pembiayaan Adira Finance yaitu kendaraan bermotor roda dua dan empat. Terdapat dua macam target pasar Adira Finance, yaitu nasabah individu dan perusahaan. Segmen target individu Adira Finance adalah masyarakat kelas menengah ke bawah yang membutuhkan pembiayaan kendaraan bermotor roda dua (sepeda motor), sedangkan untuk jasa pembiayaan mobil, Adira Finance menargetkan masyarakat kalangan menengah ke atas.

Dalam menjalankan operasional bisnis, Adira Finance berkaitan dengan pihak lain, yaitu *Dealer/Showroom* dan Konsumen/Nasabah. Garis besar proses bisnis Adira Finance dalam dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.2 Proses Bisnis Adira Finance

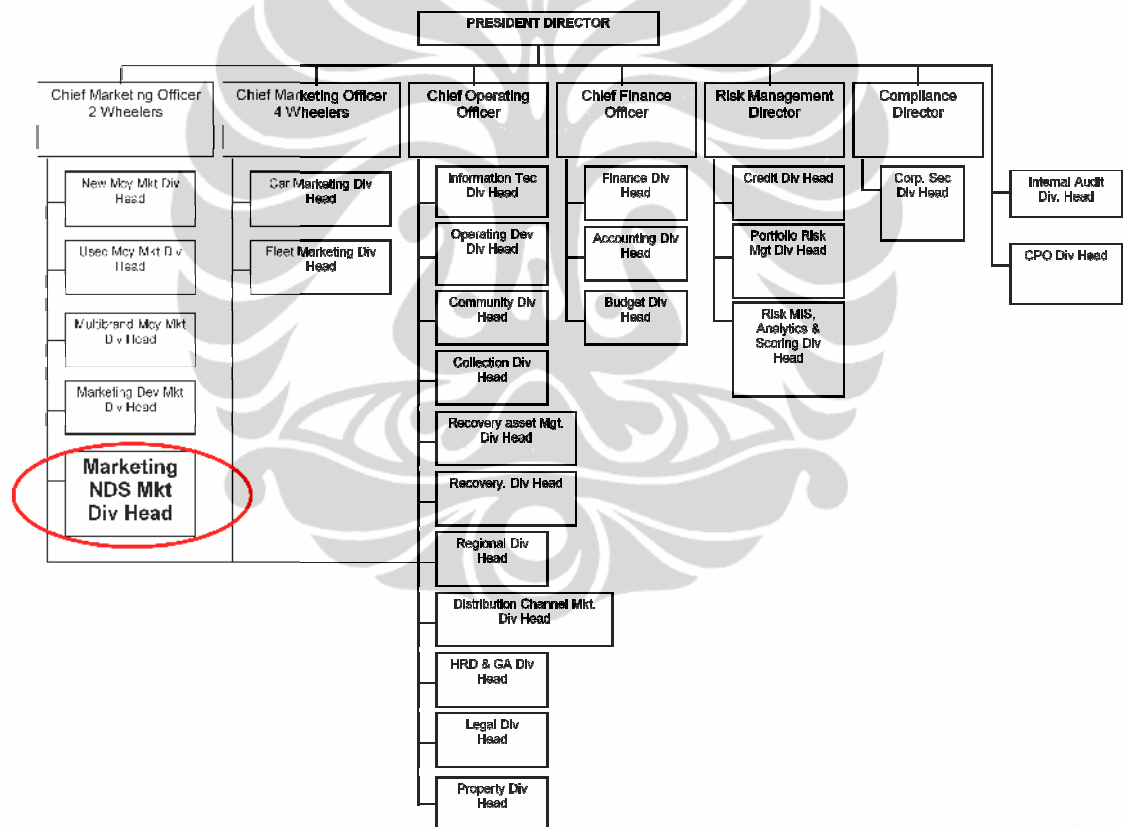
Sumber: diolah kembali oleh penulis dari data internal Adira Finance

Secara garis besar, proses pembiayaan kendaraan bermotor yang dilakukan Adira Finance yaitu:

- Nasabah mendatangi *dealer/showroom* untuk melihat dan memilih unit yang diinginkan.
- Nasabah membayar uang muka.
- Dealer/showroom* kemudian menghubungi Adira Finance.

- d. Adira Finance melakukan survey kelayakan nasabah yang mencakup aspek kapabilitas, karakter, dan survey lingkungan.
- e. Adira Finance melunasi sisa pembayaran unit kepada *dealer/showroom*
- f. Nasabah membayar angsuran dalam jumlah dan kurun waktu tertentu kepada Adira Finance.

Untuk menjalankan operasional bisnis, Adira Finance membentuk struktur organisasi modern dengan distribusi kerja dan wewenang masing-masing. Struktur organisasi Adira Finance adalah sebagai berikut.



Gambar 3.3 Struktur Organisasi Adira Finance 2010

Sumber: diolah kembali oleh penulis dari data internal Adira Finance

3.2.1 Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan

Adira Finance memiliki visi untuk menjadi “Perusahaan Kelas Dunia” (*World Class Company*). Visi tersebut menjadi gambaran tekad yang dimiliki oleh Adira Finance untuk menjadi perusahaan yang sangat diperhitungkan, baik oleh pesaing dalam industri pembiayaan maupun pasar.

Misi Adira Finance yaitu untuk “Mewujudkan Impian Esok Pada Hari Ini” (*Brings Tomorrow Today*). Fasilitas pembiayaan yang disediakan Adira Finance mampu mewujudkan impian masyarakat yang tidak atau belum mampu memiliki kendaraan pada saat ini.

Untuk mencapai visi dan misi yang telah digariskan, Adira Finance akan memberikan hasil kerja yang sempurna dan konsisten, melalui kerja sama berdasar rasa hormat dan saling percaya. Nilai-nilai tersebut dijabarkan dalam suatu jargon ADIRA TOP yang tercermin dalam aktivitas sehari-hari. Kepanjangan dari ADIRA TOP beserta maknanya terjabarkan dalam table 3.1.

3.2.2 Strategi Perusahaan

Visi dan misi Adira Finance diimplementasikan dalam strategi perusahaan yang menjadi landasan dalam menjalankan proses bisnis demi meraih keuntungan sebesar-besarnya. Berdasarkan Laporan Tahunan 2009 Adira Finance, strategi yang diterapkan Adira Finance pada periode 2005-2009 yaitu:

a) *Fokus kepada Portofolio dengan Tingkat Pengembalian yang Tinggi*

Perusahaan memfokuskan kegiatan pembiayaannya pada aset dengan tingkat pengembalian yang tinggi dan tetap memperhatikan kualitas aset. Saat ini, Adira Finance mulai melakukan perubahan dan meningkatkan konsentrasi pada portofolio pembiayaan mobil, baik mobil baru maupun bekas, namun juga tetap menjaga pertumbuhan portofolio pembiayaan sepeda motor.

Tabel 3.1 ADIRA TOP VALUE

Advance (Keunggulan)	Satu langkah lebih baik dan lebih cepat di depan
	Mempunyai gambaran ke depan yang jelas dan terarah
	Kemampuan mengambil keputusan yang cepat dan tepat
Discipline (Disiplin)	Mengarah kepada yang lebih baik atas proses perencanaan, pelaksanaan, pengontrolan dan perbaikan secara terus menerus
	Bersikap disiplin sesuai norma organisasi
Integrity (Integritas)	Berkomitmen yang disertai sikap yang konsisten
	Dapat dipercaya (jujur dan tulus)
	Menjaga etika bisnis
	Mempunyai rasa memiliki yang tinggi
Reliable (Dapat diandalkan)	Mental seorang juara yang dilihat dari selalu berpikir positif dan cerdas
	Rasa tanggung jawab yang penuh
Accountable (Akuntabilitas)	Menyampaikan sesuatu dengan data
	Keterbukaan yang obyektif
Team Work (Kerjasama)	Sinergi
	Bersedia berkorban satu sama lain
	Tidak saling menyalahkan satu sama lain
Obsessed (Motivasi Tinggi)	Bekerja dengan proses yang benar dan hasil yang optimal
	Motivasi yang tinggi dalam bentuk bersedia melakukan pekerjaan lebih dan bersikap proaktif
	Mempertajam keahlian
	Saling mendidik
Professional (Profesional)	Berorientasi kepada konsumen
	Kemampuan memimpin yang handal
	Mempunyai jiwa usaha yang mampu mengkalkulasikan resiko, inovatif, dan kreatif

Sumber : diolah kembali oleh penulis dari Laporan Tahunan Adira Finance 2009

b) Menerapkan Prinsip Manajemen Risiko dan Kehati-hatian

Kajian secara menyeluruh atas kemampuan finansial dari setiap calon konsumen dan mengharuskan pembayaran minimum atas uang muka merupakan hal yang wajib dilakukan. Penerapan prinsip kehati-hatian dan

manajemen risiko dilakukan melalui berbagai inisiatif dan pembentukan gugus tugas yang fokus pada proses asuransi, manajemen penagihan, program restrukturisasi, manajemen pemulihan, manajemen persediaan dan proses pemasaran kembali serta pemulihan agunan yang diambil alih. Penerapan manajemen risiko antara lain dilakukan untuk mencegah terjadinya risiko kredit bermasalah (*non-performing loan*) dan risiko operasional.

c) *Berkomitmen terhadap Produktivitas dan Efisiensi*

Penyempurnaan sistem dan prosedur untuk meningkatkan produktivitas, mendukung aktivitas pembiayaan dan sebagai fungsi pendukung lainnya yang dipilih untuk meningkatkan efisiensi.

d) *Menjaga Hubungan yang Kuat dan Erat dengan Mitra Usaha dan Konsumen*

Perusahaan sangat menyadari bahwa hubungan yang kuat dan erat dengan mitra usaha dan konsumen merupakan salah satu kunci kesuksesan Perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan senantiasa berupaya menjaga hubungan baik dan meningkatkan kepercayaan, serta kepuasan baik untuk konsumen maupun mitra usaha. Selain itu, perusahaan juga berupaya memberikan nilai tambah kepada rekan usaha terkait, salah satunya melalui pengenalan Adira Club Member (ACM).

e) *Perluasan Jaringan Usaha*

Dalam upaya untuk menjangkau dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, maka Perusahaan terus mengembangkan jaringan usahanya agar dapat semakin dekat dengan konsumen dan mitra usaha, yang tentunya juga disesuaikan dengan kondisi ekonomi terkini. Saat ini, telah ada konsep jaringan usaha yang baru, yakni kios dan *dealer outlet*.

f) *Pengembangan Teknologi Informasi dan Sumber Daya Manusia*

Perusahaan sangat memahami bahwa teknologi informasi dan sumber daya manusia memegang peranan penting untuk mendukung pertumbuhan Perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan senantiasa berupaya untuk mengembangkan teknologi informasi dan sumber daya manusianya.

g) *Sinergi dengan Induk Perusahaan, PT Bank Danamon Indonesia Tbk*

Produk-produk gabungan, perluasan jaringan usaha dan potensi berbasis konsumen dari PT Bank Danamon Indonesia Tbk telah menciptakan sinergi usaha yang menakjubkan.

Pada tataran praktis, visi, misi, dan strategi Adira Finance diaktualisasikan dalam proses penetapan target dan penyusunan rencana aktivitas secara periodik. Pelaksanaan rencana aktivitas tersebut dilakukan dalam kerangka PDCA; yaitu *plan, do, check, dan action*. Dengan demikian diharapkan tujuan Adira Finance yang terkait dengan pihak pemegang saham, nasabah, dan karyawan/ti, dapat tercapai sesuai rencana.

Tahap penyusunan hingga pelaksanaan strategi didasarkan pada visi dan misi. Proses penurunan strategi Adira Finance dapat dilihat pada gambar 3.4.



Gambar 3.4 Penurunan Strategi Adira Finance

Sumber: Data Internal Adira Finance

3.2.3 Kinerja Adira Finance

Adira Finance adalah perusahaan pembiayaan besar dan telah mencatat kinerja yang baik. Hal ini dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang pernah diraih diterima Adira Finance, antara lain:

- a. Jakarta, 11 Februari 2009 – Adira Finance meraih penghargaan *Top Brand Award "In Recognition of Outstanding Achievement in Building The Top Brand" Category For Two and Four Wheels Automotive Leasing Company* yang diselenggarakan oleh Majalah Marketing.
- b. Bali, 1 Mei 2009 – Adira Finance meraih penghargaan sebagai Pemenang *GCG Award Kategori Best Individual Indicators Responsibility of The Board pada Anugerah GCG Award 2009* yang diselenggarakan oleh IICD (*Indonesian Institute For Corporate Directorship*).
- c. Jakarta, 7 Mei 2009 – Adira Finance meraih penghargaan *Service Quality Golden Award* pada kategori *For Achieving Excellent Total Service Quality Satisfaction Based on Customer Perception Survey ISSI 2009 for Two and Four Wheels* yang diselenggarakan oleh Majalah Marketing dan Carre (*Center Customer Satisfaction & Loyalty*).
- d. Malaysia, 25 Juni 2009 – Adira Finance meraih penghargaan “*Automotive Finance Company of The Year*” yang diselenggarakan oleh Frost and Sullivan, *the Growth Partnership Company*
- e. Jakarta, 22 Juli 2009 – Adira Finance meraih penghargaan sebagai peringkat pertama pada kategori Multi Finance pada acara Bisnis Indonesia Awards 2009 yang diselenggarakan Harian Bisnis Indonesia.
- f. Jakarta, 27 Agustus 2009 – Bapak Stanley Setia Atmadja meraih Peringkat 2 dalam acara *The Best CEO 2009 Award*. Berdasarkan survei yang diselenggarakan oleh SWA, Synovate, dan Dunamis Organization Services
- g. Jakarta, 3 September 2009 – Adira Finance memperoleh penghargaan ICSA (*Indonesia Customer Satisfaction Award*) untuk katagori *two wheels* dan *four wheels*.

- h. Jakarta, 10 September 2009 – Adira Finance mendapat penghargaan “*Multi Finance Golden Trophy 2009*“ atas kinerja keuangan “Sangat Bagus” dalam Infobank Award.
- i. Jakarta, 7 Oktober 2009 - Adira Finance mendapatkan penghargaan sebagai “Perusahaan Pembiayaan Terbaik I Tahun 2009 kategori total asset diatas 500 milyar” Pada Malam Anugerah Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI) 2009

3.2.3.1 Jumlah Jaringan , Karyawan dan Nasabah

Adira Finance memiliki total jaringan usaha (*business network*) sebanyak 319 di tahun 2009, dengan perincian 121 kantor cabang (*branch*), 101 kantor perwakilan (*representative office*), 84 titik penagihan (*point of collection*), 7 kios, dan 6 *dealer outlet* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Tabel 3.2 Jumlah Jaringan Usaha, Karyawan, dan Nasabah Adira Finance

	2005	2006	2007	2008	2009
Cabang	50	80	109	121	121
Kantor Perwakilan	93	75	76	98	101
Titik Penagihan	71	59	68	81	84
Kios					7
Dealer Outlet					6
Jumlah Jaringan Usaha	214	214	253	300	319
Jumlah Karyawan	10,300	10,583	13,008	14,079	15,957
Jumlah Nasabah	1,216,912	1,380,570	1,650,211	2,036,083	2,226,418

Sumber : diolah kembali oleh penulis dari Laporan Tahunan Adira Finance 2009

Banyaknya jumlah jaringan usaha Adira Finance berbanding lurus dengan meningkatnya jumlah nasabah aktif dan jumlah karyawan. Pada akhir tahun 2009 tercatat sekitar 2,2 juta nasabah yang masih mengambil fasilitas pembiayaan dan 15.957 karyawan. Jumlah tersebut tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

3.2.3.2 Kinerja Keuangan Tahun Buku 2008-2009

Kinerja keuangan Adira Finance pada tahun 2009 membukukan hasil yang cukup baik. Ketika krisis keuangan global masih berdampak, Adira Finance dapat memecahkan rekor pembiayaan baru menjadi Rp 14,5 triliun. Adapun komposisi

pembiayaan baru pada tahun 2009 terdiri atas 73,8% pembiayaan sepeda motor dan 26,2% pembiayaan mobil. Raihan pangsa pasar Adira Finance yaitu: 13,2% untuk sepeda motor baru dan 3,4% untuk mobil baru dari seluruh penjualan baru Nasional di Indonesia selama tahun 2009.

Sebelumnya di tahun 2008, pembiayaan baru perusahaan sebesar Rp 14 triliun, 75,9% nya berasal dari sektor pembiayaan sepeda motor dan 24,1% nya berasal dari sektor pembiayaan mobil. Raihan pangsa pasar Adira Finance di tahun 2008 yaitu: 13,6% untuk sepeda motor baru dan 3% untuk mobil baru dari seluruh penjualan baru Nasional di Indonesia selama tahun 2008.

Tabel 3.3 Pembiayaan Baru dan Profit Adira Finance

	2005	2006	2007	2008	2009
A. Pembiayaan Baru					
<i>(Unit)</i>					
Motor Baru	534,356	539,274	687,525	844,207	773,395
Motor Bekas	104,414	144,470	223,887	259,619	289,776
Motor	638,770	683,744	911,412	1,103,826	1,063,171
Growth Motor (%)		7.0%	33.3%	21.1%	-3.7%
Mobil Baru	19,578	12,457	11,546	18,121	16,651
Mobil Bekas	19,346	19,300	20,010	21,914	24,188
Mobil	38,924	31,757	31,556	40,035	40,839
Growth Mobil		-18.4%	-0.6%	26.9%	2.0%
Jumlah Pembiayaan Baru	1,316,464	1,399,245	1,854,380	2,247,687	2,167,181
<i>(Milyar Rupiah)</i>					
Motor Baru	Rp 5,266	Rp 5,391	Rp 6,960	Rp 8,762	Rp 8,605
Motor Bekas	Rp 700	Rp 912	Rp 1,529	Rp 1,864	Rp 2,133
Motor	Rp 5,966	Rp 6,303	Rp 8,489	Rp 10,626	Rp 10,738
Growth Motor		5.6%	34.7%	25.2%	1.1%
Mobil Baru	Rp 1,661	Rp 1,153	Rp 1,171	Rp 1,965	Rp 2,140
Mobil Bekas	Rp 985	Rp 965	Rp 1,098	Rp 1,416	Rp 1,663
Mobil	Rp 2,646	Rp 2,118	Rp 2,269	Rp 3,381	Rp 3,803
Growth Mobil		-20.0%	7.1%	49.0%	12.5%
Jumlah Pembiayaan Baru	14,578	14,724	19,247	24,633	25,279
B. Profit					
Profit	Rp 476	Rp 464	Rp 560	Rp 1,020	Rp 1,212
Profit Growth		-2.5%	20.7%	82.1%	18.8%

Sumber : diolah kembali oleh penulis dari Laporan Tahunan Adira Finance 2009

Pada tabel 3.3, terlihat pembiayaan baru sepeda motor secara unit mengalami penurunan sebesar 3,7% dari tahun 2008, namun secara nilai pembiayaan mengalami kenaikan sebesar 1,1% dari tahun 2008. Sedangkan untuk pembiayaan baru atas mobil, mengalami kenaikan dalam unit sebesar 2,0% dan kenaikan dalam nilai pembiayaan sebesar 12,5% dari tahun 2008.

Keuntungan bersih yang diraih Adira Finance di tahun 2009 adalah Rp 1,2 Triliun. Jumlah laba bersih tersebut meningkat 18,82% dari pencapaian tahun 2008 yaitu 1,02 Triliun. Pencapaian *net profit* pada tahun 2009, diikuti dengan peningkatan pembagian deviden kepada pemegang saham. Pada tahun 2009, pembagian deviden sebesar Rp 1.212 per lembar saham. Nilai tersebut meningkat jika dibandingkan dengan laba bersih per lembar saham tahun 2008 yang hanya Rp 1.020. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peningkatan keuntungan bersih setelah pajak dan deviden yang diraih Adira Finance di tahun 2009 membuktikan ketangguhan dalam menghadapi krisis keuangan global akhir tahun 2008. Dengan kalimat lain, Adira Finance tetap konsisten dalam menjaga tingkat profitabilitasnya.

3.3 Divisi Non Dealer Sales

Divisi Non Dealer Sales (Divisi NDS) adalah salah satu divisi yang berada dalam organisasi Adira Finance. Secara struktural, Divisi NDS berada di bawah Direktorat *Marketing 2 Wheelers* yang dipimpin oleh *Director – Chief Marketing Officer 2 Wheelers*. Tugas utama divisi tersebut adalah untuk memasarkan produk pinjaman dana tunai.

Pembentukan Divisi NDS dimulai tahun 2005, ketika manajemen Adira Finance memutuskan untuk membentuk sebuah Departemen (sub-ordinasi Divisi) yang bertujuan untuk menjual produk-produk tambahan di luar produk-produk inti yang dipasarkan saat itu. Keputusan tersebut didasari atas pelayanan yang baik (*service excellence*) yang telah dimiliki. Secara resmi, pembentukan Divisi NDS dilakukan pada Januari 2006 dalam tingkat departemen dengan nama Departemen *Customer Relationship Management* (Dept CRM) dan berada di bawah koordinasi Divisi Marketing Development. Fokus dari departemen ini adalah pada pemasaran produk Dana Cepat, yaitu produk pinjaman dana tunai, baik kepada nasabah aktif

maupun eks nasabah, dengan cara menjaminkan BPKB kendaraan bermotor yang dimiliki. Pemilihan nasabah dan eks nasabah dilakukan berdasar penilaian *payment record* nasabah tersebut, sehingga penawaran produk pinjaman dana tunai hanya akan diberikan kepada nasabah yang selalu membayar tepat waktu.

Pada tahun 2008, manajemen melihat adanya ketidaksesuaian antara nama Dept CRM dengan tugas utamanya untuk memasarkan produk pinjaman dana tunai. Asosiasi Dept CRM dengan pembinaan hubungan baik antara perusahaan dan nasabah, tidak sesuai dengan tugas utama departemen tersebut. Pada akhirnya manajemen mengubah nama Departemen CRM menjadi Departemen Non Dealer Sales (Dept NDS), dengan fungsi utamanya pemasaran produk-produk yang tidak melalui *dealer*. Perkembangan selanjutnya, Departemen NDS yang semula berada di bawah Divisi Marketing Development, lepas dan berdiri sendiri menjadi Divisi NDS dengan tujuan agar dapat lebih maksimal untuk mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan penjualan produk pinjaman dana tunai. Lebih jauh lagi, tujuan utama Divisi NDS adalah untuk meningkatkan penjualan dan *profit* Adira Finance.

3.3.1 Produk- Produk Divisi NDS

Produk-produk yang dibuat dan dipasarkan oleh Divisi NDS secara umum mempunyai pokok hutang di atas Rp 5 juta, dengan umur kendaraan maksimal 8 tahun sampai akhir tenor. Tenor untuk produk NDS dapat dipilih mulai dari 6 bulan sampai 36 bulan. Produk-produk yang dipasarkan Divisi NDS yaitu:

a) Maxi (Maximum Solusi)

Produk Maxi adalah produk pembiayaan berupa dana tunai kepada nasabah dan non nasabah Adira Finance dengan jaminan BPKB Motor. Jumlah pembiayaan yang diberikan tergantung kepada harga pasar (*harga On The Road*) dari motor yang dijaminkan.

b) Autosmart & Autoloan

Produk Automart & Autoloan adalah produk pembiayaan berupa dana tunai kepada nasabah (Autosmart) dan non nasabah (Autoloan) Adira

Finance dengan jaminan BPKB Mobil. Jumlah pembiayaan yang diberikan tergantung kepada harga pasar (harga *On The Road*) dari mobil yang dijaminkan.

c) Bursa Motor

Produk Bursa Motor adalah berupa transaksi penjualan Motor antara penjual dan pembeli dengan Adira Finance sebagai lembaga pembiayaannya. Pembeli yang tidak mampu membayar tunai motor yang akan dibeli mengangsur pembayarannya secara kredit ke Adira Finance sementara penjual menerima uang tunai dari Adira Finance.

d) Autodirect

Produk Autodirect adalah transaksi penjualan Mobil yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Dalam transaksi tersebut, Adira Finance menjadi lembaga pembiayaan bagi pembeli yang tidak mampu membayar secara tunai. Dalam hal ini, pembeli membayar uang muka kepada penjual. Sisa pembayaran yang ada lalu dibayarkan oleh Adira Finance kepada penjual. Sisa pembayaran tersebut dilunasi oleh pembeli dengan cara mengangsur kepada Adira Finance.

Sebagai bentuk pelayanan lebih kepada nasabahnya, produk pinjaman dana tunai Divisi NDS dilengkapi dengan fasilitas tambahan berupa asuransi jiwa dan kendaraan. Adapun fasilitas asuransi tersebut yaitu:

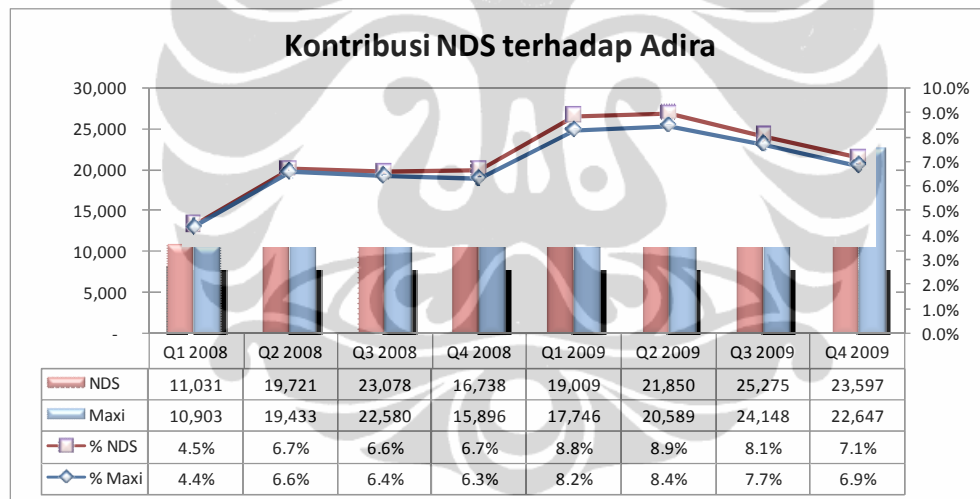
- Aman 24 Jam

Aman 24 jam adalah program perlindungan asuransi jiwa yang ditawarkan Adira Finance terhadap nasabahnya. Jika nasabah mengalami kecelakaan yang menyebabkan cacat permanen atau meninggal, maka pihak asuransi akan memberikan penggantian uang senilai kendaraan yang diasuransikan. Nasabah atau ahli waris nasabah akan menerima uang pertanggungan setelah dipotong sisa pokok hutang nasabah kepada Adira.

- Motorku Aman

Motorku aman adalah program gabungan dari perpanjangan perlindungan asuransi TLO (*renewal insurance*) dan Aman 24 Jam yang ditawarkan Adira kepada nasabah yang sudah melunasi semua pembayarannya.

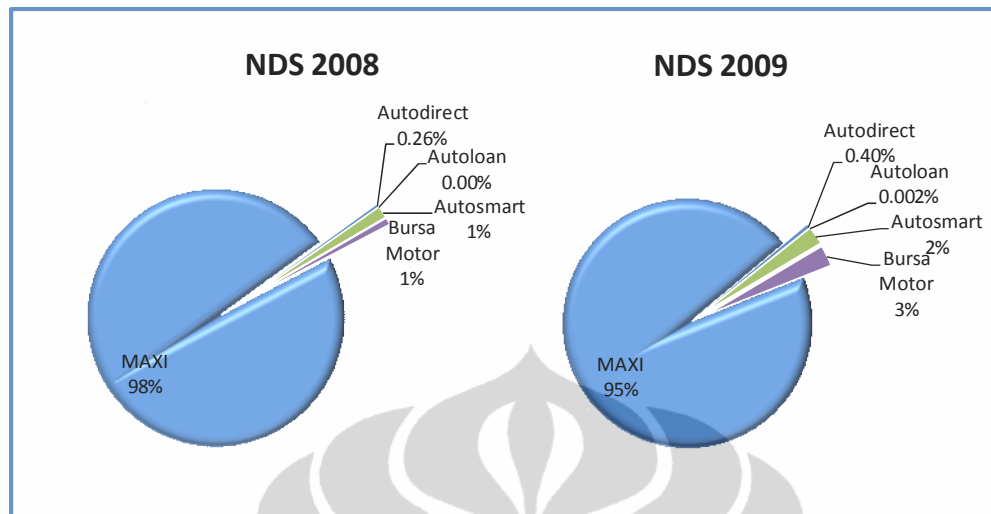
Dari sisi pencapaian, penjualan Divisi NDS di tahun 2009 hanya memiliki porsi sebesar 8,13% dari total penjualan Adira Finance. Gambar 3.5 menunjukkan penjualan Divisi NDS dan produk Maxi beserta kontribusinya terhadap total penjualan Adira Finance pada tahun 2008 dan 2009. Pada gambar itu juga terlihat tren penjualan Maxi yang tidak terlalu jauh berbeda dari tren penjualan NDS dari sisi jumlah unit jualan.



Gambar 3.5 Penjualan NDS dan proporsi terhadap penjualan Adira Finance Tahun 2008-2009

Sumber: Data Divisi NDS

Adapun penyebab tren penjualan Maxi yang tidak terlalu jauh berbeda tersebut tercermin dalam gambar 3.6. Pada gambar itu terlihat bahwa kontribusi produk Maxi terhadap total penjualan Divisi NDS adalah 98% di tahun 2008 dan 95% di tahun 2009. Hal itu menandakan bahwa produk Maxi adalah produk Divisi NDS yang paling berkembang dan paling berpotensi.



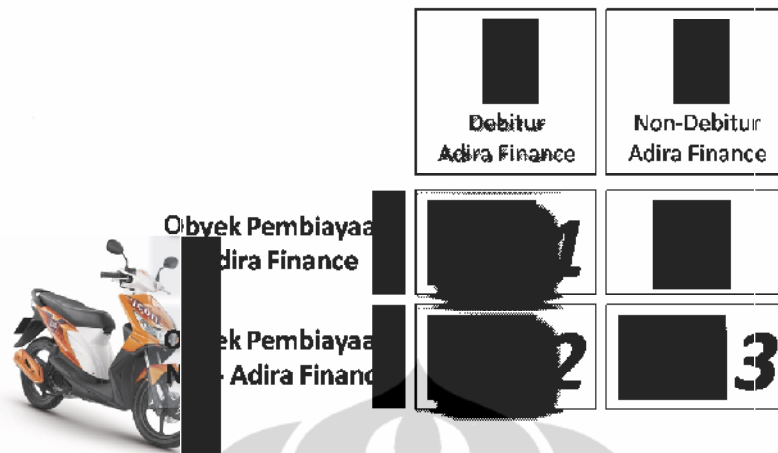
Gambar 3.6 Kontribusi Penjualan per Produk NDS Tahun 2008 & 2009

Sumber: Data Divisi NDS

3.3.2 Produk Maximum Solusi

Produk Maximum Solusi (Maxi) adalah sebuah program pemasaran yang menawarkan fasilitas pembiayaan sepeda motor bekas kepada debitur Adira Finance dan masyarakat umum, dengan nilai pembiayaan hingga 100% dari harga *On The Road* (OTR) kendaraan. Produk Maxi memiliki variasi produk, yaitu Maxi 1, Maxi 2, dan Maxi 3. Perbedaan antara Maxi 1, 2, dan 3 terletak pada debitur (debitur Adira Finance atau bukan) dan obyek pembiayaannya, yaitu apakah sepeda motor yang dijaminakan termasuk obyek yang pernah dibiayai oleh Adira Finance atau tidak.

Gambaran mengenai perbedaan antara produk Maxi 1, Maxi 2, dan Maxi 3 dapat dilihat pada matriks berikut.



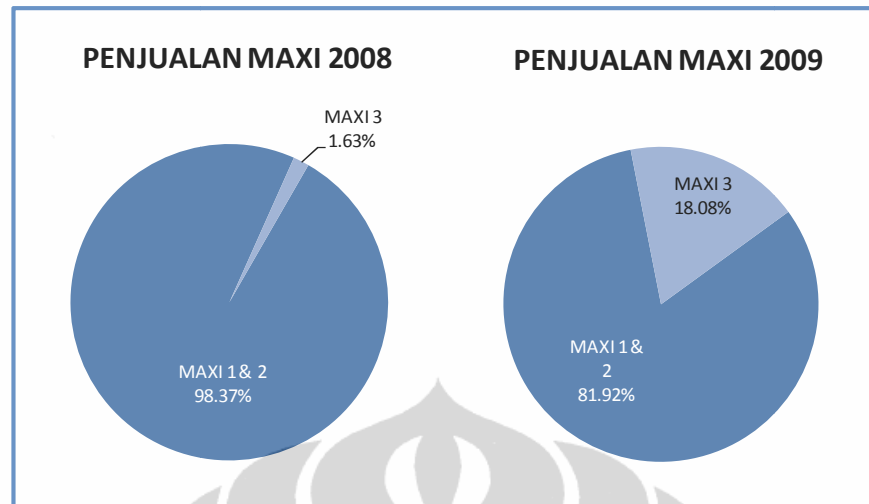
Gambar 3.7 Matriks Perbedaan Jenis Produk Maxi

Sumber: Data Divisi NDS

Penjelasan mengenai perbedaan tersebut yaitu:

- *Maxi 1* adalah produk pinjaman dana tunai kepada debitur/nasabah Adira dengan obyek pembiayaan sepeda motor yang dibeli melalui Adira.
- *Maxi 2* adalah produk pinjaman dana tunai kepada debitur/nasabah Adira dengan obyek pembiayaan sepeda motor yang tidak dibeli melalui Adira.
- *Maxi 3* adalah produk pinjaman dana tunai kepada non debitur/non-nasabah Adira

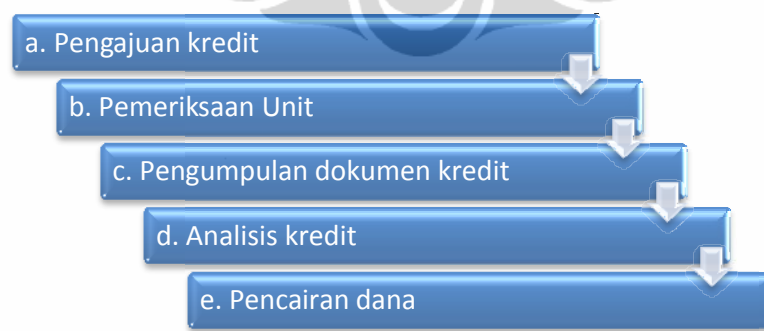
Pada gambar 3.8, terlihat proporsi penjualan Maxi 1 & 2 beserta Maxi 3. Penjualan Maxi 1&2 tidak terpisah penjualannya dikarenakan pencatatannya memang difokuskan kepada penjualan terhadap debitur (Maxi 1&2) atau non debitur (Maxi 3). Pada tahun 2008, dimana penjualan Maxi 3 baru mulai dilaksanakan, proporsi penjualan Maxi 3 terhadap total Maxi adalah 1,63%. Di tahun 2009, penjualan Maxi 3 mulai meningkat, terlihat dari proporsi jualan Maxi 3 terhadap total penjualan Maxi yang meningkat menjadi sebesar 18,08%.



Gambar 3.8 Proporsi Penjualan Maxi 1,2,3

Sumber: Data Divisi NDS

Sebagai produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan *payment record* yang baik, Maxi 1 & 2 mendapat kemudahan dalam proses aplikasi kredit dan survey. Survey nasabah dapat tidak dilakukan untuk kriteria nasabah tertentu. Secara garis besar tidak ada perbedaan mendasar antara proses pengajuan produk Maxi dengan pengajuan produk sejenis seperti pembiayaan sepeda motor bekas. Prinsip kehati-hatian dan manajemen risiko kredit tetap diterapkan. Detail mengenai proses aplikasi produk Maxi mulai dari pengajuan aplikasi hingga proses pencairan dana, dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 3.9 Proses Aplikasi Maxi

Sumber : Divisi NDS Adira Finance

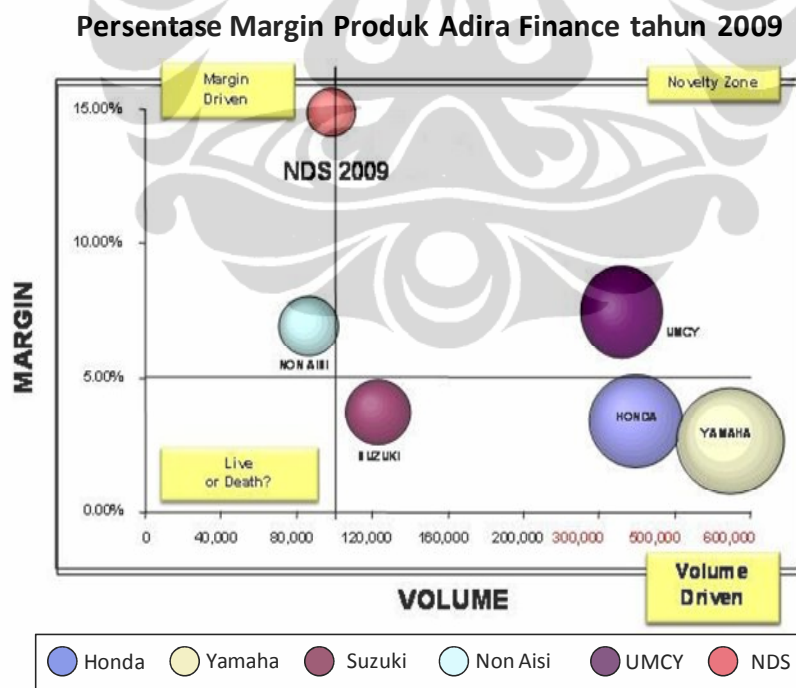
- a. Pengajuan Kredit
 - ✓ Nasabah mendatangi kantor atau jaringan usaha Adira Finance. Nasabah mengajukan aplikasi dengan membawa serta unit kendaraan, BPKB yang menjadi jaminan, dan dokumen persyaratan kredit.
 - ✓ Nasabah memilih jumlah angsuran.
- b. Pemeriksaan Unit
 - ✓ Pengecekan fisik sepeda motor.
 - Pemeriksaan kesesuaian fisik kendaraan dengan BPKB dan STNK. Pemeriksaan tersebut terutama mengenai nomor rangka dan nomor mesin. Selain itu juga dilakukan penilaian mengenai kondisi unit.
 - ✓ Penaksiran harga sepeda motor.
- c. Pengumpulan Dokumen Kredit
 - ✓ Dokumen nasabah; kartu identitas, bukti penghasilan, bukti tempat tinggal.
 - ✓ Dokumen obyek pembiayaan; Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) dan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK).
 - ✓ Pemeriksaan keabsahan BPKB ke Kepolisian. Legalisasi BPKB ke Samsat untuk memastikan bahwa kendaraan yang akan dijaminkan tidak bermasalah. Proses ini hanya dilakukan untuk kendaraan yang sebelumnya bukan obyek pembiayaan Adira Finance.
- d. Analisis Kredit
 - ✓ Penginputan data nasabah
 - ✓ Survey kelayakan nasabah.

Survey kelayakan nasabah dengan menggunakan prinsip pemberian kredit berdasar prinsip 5C yaitu: *Character* (watak), *Capacity* (kemampuan), *Capital* (modal), dan *Condition of Economic* (kondisi ekonomi), *Collateral* (jaminan/agunan). Proses survey ini bisa tidak dilaksanakan untuk nasabah dengan criteria tertentu.
 - ✓ Persetujuan Kredit
- e. Pencairan Dana dengan menggunakan *post date check* (PDC).

Secara garis besar, tidak ada perbedaan mendasar antara proses aplikasi kredit kendaraan bermotor dengan Maxi. Untuk aplikasi kredit kendaraan bermotor mulai pengajuan sampai persetujuan, target yang ditetapkan yaitu 1 (satu) hari kerja.

3.3.3 Strategi Pemasaran Produk Maximum Solusi tahun 2008-2009

Performa penjualan Divisi NDS dalam hal ini produk Maxi 1&2 dan Maxi 3 belum maksimal jika melihat persentase kontribusi terhadap total penjualan Adira Finance. Namun jika ditelaah lebih jauh, tingkat profitabilitas produk Maxi lebih tinggi dibandingkan produk pembiayaan portofolio lainnya (kendaraan bermotor). Hal tersebut terlihat pada gambar 3.10 dimana persentase margin untuk produk NDS lebih tinggi dari persentase margin produk portofolio lainnya meskipun secara unit volume masih jauh lebih rendah. Karena itulah strategi pertama berfokus pada bagaimana meningkatkan volume penjualan produk Maxi untuk meningkatkan kontribusinya kepada perusahaan.



Gambar 3.10 Margin NDS & Portofolio lainnya 2009

Sumber: Data Internal Divisi NDS

Untuk kepentingan peningkatan volume penjualan, maka salah satu aspek yang perlu diperbaiki adalah pada tenaga pemasar itu sendiri. Secara struktural, garis depan penjualan Maxi berada di tingkat unit bisnis, yaitu Customer Relation Head (CRH) yang dibantu dengan *Sales Promotion Girl/Boy* (SPG/SPB) dan/atau Customer Relation Officer (CRO). Metode pemasaran untuk produk Maxi tidak terpisah dari produk NDS lainnya, yaitu seperti tertera pada table 3.4.

Tabel 3.4 Metode Pemasaran Maxi

	Maxi 1 & 2	Maxi 3
Promosi kepada <i>walk-In customer</i>		
Melalui direct mail		
Melalui telemarketing		
Agen Maxi		
Material promosi		
Kunjungan ke rumah/tempat usaha		
Kunjungan ke tempat ramai		

Sumber: Data Divisi NDS

Saat ini, fokus penjualan produk Maxi kepada non nasabah sedang ditingkatkan. Metode penawaran produk ke non nasabah, salah satunya dilakukan dengan cara *member get member*. Nasabah difungsikan sebagai agen atau mediator yang membawa atau memperkenalkan calon nasabah ke Adira Finance. Agen akan mendapatkan insentif dari setiap nasabah yang diperkenalkan. Khusus produk Maxi, agen tersebut dikenal dengan sebutan AXI (*Agent Maxi*). Nama program yang ditawarkan ke nasabah yang menjadi *agent* adalah program Kredit Tanpa Angsuran (KTA). Pengertian dari Kredit Tanpa Angsuran adalah besarnya angsuran yang seharusnya dibayar nasabah yang menjadi agen kepada Adira Finance sebanding dengan insentif yang diperoleh.