

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

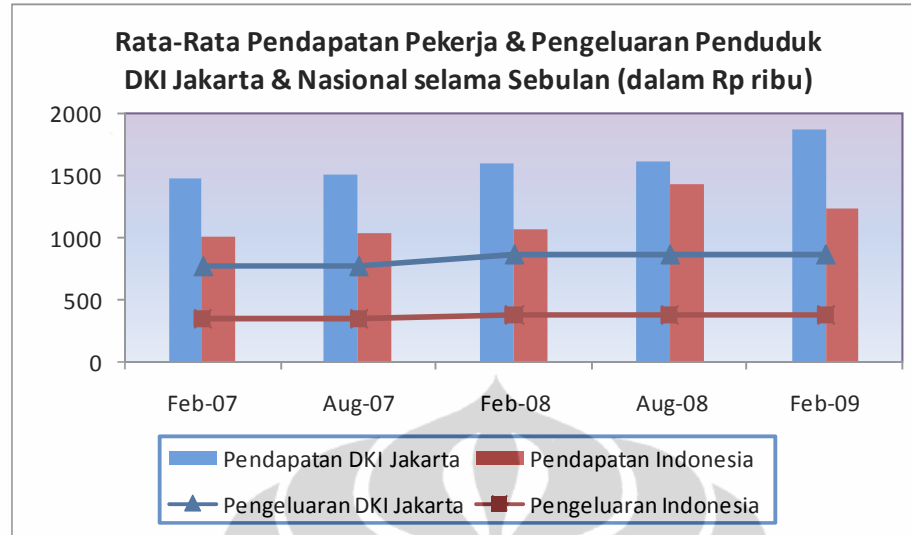
Dewasa ini mobilitas menjadi sebuah kebutuhan dalam setiap lapisan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan kendaraan bermotor, baik roda dua maupun roda empat. Sejalan dengan hukum ekonomi mengenai permintaan dan penawaran, produksi kendaraan bermotor di Indonesia pun mengalami peningkatan. Pada tabel di bawah ini terlihat bahwa selama kurun waktu lima tahun terakhir (2005-2009), pada tahun 2006 dan 2009 produksi kendaraan bermotor mengalami penurunan, tetapi secara keseluruhan dapat dikatakan terus bertumbuh.

Tabel 1.1 Produksi Kendaraan Bermotor dalam Negeri (ribu unit)

TAHUN	AISI	GAIKINDO
2005	5074	534
2006	4424	319
2007	4688	433
2008	6219	608
2009	5852	486

Sumber : Data AISI & GAIKINDO

Kebutuhan alat transportasi setidaknya telah menjadi perhatian pemerintah dengan menyediakan sarana transportasi umum. Namun demikian, ketersediaan sarana umum tersebut belum dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi, sehingga masyarakat tetap berminat untuk mempunyai kendaraan bermotor pribadi. Tetapi minat masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor tidak sebanding dengan penghasilan yang didapatkan. Pada gambar 1.1 dapat dilihat rata-rata penghasilan pekerja dan pengeluaran penduduk di Indonesia.



**Gambar 1.1 Rata-Rata Pendapatan Pekerja dan Pengeluaran Penduduk
Selama Sebulan di DKI Jakarta dan Indonesia,
Februari 2007 – Februari 2009**

Sumber : diolah penulis berdasarkan ” Keadaan Pekerja di Indonesia Februari 2009” (BPS) dan “Pengeluaran Konsumsi Penduduk Indonesia per Provinsi 2008” (BPS)

Jika diasumsikan harga motor bekas sekitar Rp 7 juta dan motor baru sekitar Rp 13 juta, maka masyarakat harus menabung untuk jangka waktu tahunan agar dapat membeli kendaraan bermotor yang diinginkan. Hal tersebut tentu sangat tidak menguntungkan jika menimbang urgensi kepemilikan kendaraan bermotor dalam mendukung mobilitas sehari-hari yang dapat meningkatkan produktivitas masyarakat.

Berdasarkan permasalahan inilah bisnis pembiayaan kendaraan bermotor muncul untuk menjembatani kesenjangan yang ada. Masyarakat dapat mempunyai kendaraan bermotor meskipun dengan penghasilan yang terbatas, yakni dengan membeli secara kredit atau mengangsur.

Jumlah angsuran ditentukan oleh uang muka dan jangka waktu (*tenor*) yang dipilih oleh debitur. Waktu tenor berkisar antara 1 (satu) hingga 4 (empat) tahun. Sementara jumlah angsuran ditentukan oleh pokok hutang dan suku bunga yang berlaku. Semakin besar uang muka yang diberikan oleh debitur, semakin kecil pokok hutang yang dimiliki. Semakin kecil pokok hutang debitur, semakin kecil pula angsuran yang harus dibayar setiap bulannya.

Saat ini, jumlah perusahaan pembiayaan yang menjadi anggota Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (*Indonesian Financial Service Association – IFSA*) yaitu 143 perusahaan yang hampir semuanya berkecimpung dalam industri pembiayaan otomotif. Besarnya pertumbuhan perusahaan pembiayaan otomotif menandakan besarnya potensi pasar pada industri tersebut yang berimbang pada iklim kompetisi antarperusahaan pembiayaan yang ketat.

Banyaknya pelaku industri pembiayaan otomotif dengan jumlah nasabah cukup besar, dapat berdampak pada kejenuhan pasar. Untuk mengantisipasi terjadinya kejenuhan pasar tersebut, para pelaku pun mulai menawarkan produk alternatif sekaligus memanfaatkan basis data nasabah yang ada. Produk alternatif yang ditawarkan adalah pinjaman dana tunai yang diperuntukkan bagi nasabah perusahaan pembiayaan otomotif.

Kebutuhan dana tunai merupakan kebutuhan primer masyarakat yang lebih esensial daripada kebutuhan kendaraan bermotor. Atas dasar inilah perusahaan yang memiliki bisnis pinjaman dana tunai tumbuh dan berkembang. Lembaga pembiayaan dapat diklasifikasi menjadi dua, yaitu bank dan non-bank termasuk di dalamnya perusahaan pembiayaan otomotif. Adanya peluang pasar pinjaman dana tunai menjadikan perusahaan pembiayaan otomotif, baik besar maupun kecil, mulai menjual produk serupa.

PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk (Adira Finance) adalah sebuah perusahaan pembiayaan dengan *core bisnis* pembiayaan otomotif untuk berbagai jenis dan tipe kendaraan, baik roda dua maupun empat atau lebih. Pembiayaan otomotif tersebut dilakukan melalui perantara *dealer/showroom*. Kinerja Adira Finance yang sangat baik dibuktikan dengan banyaknya penghargaan yang pernah diraih. Karena itulah Adira Finance mampu menempati posisi puncak pada industri pembiayaan otomotif di Indonesia.

Sebagai salah satu perusahaan pembiayaan terbesar, Adira Finance turut melihat peluang dan potensi *profit* yang besar dari produk pinjaman dana tunai. Produk pinjaman dana tunai yang ditawarkan oleh Adira Finance memiliki merek dagang Maxi (Maximum Solusi). Produk Maxi dikelola oleh Divisi Non Dealer Sales (NDS).

Besarnya jumlah nasabah (*existing customer*) yang dimiliki Adira Finance merupakan sebuah gambaran dari potensi pasar produk Maxi. Ironisnya, porsi pembiayaan NDS dibandingkan dengan total pembiayaan Adira Finance masih relatif kecil, yaitu sekitar 8%. Kondisi tersebut cukup disayangkan mengingat produk pinjaman dana tunai dapat menjadi alternatif dalam mengantisipasi kejenuhan pasar pembiayaan otomotif, disamping peluang untuk berkembang di bidang itu sangatlah besar.

Selain itu, banyaknya kompetitor yang menawarkan produk yang sama menjadi suatu tantangan bagi Adira Finance. Para pesaing pun tidak kalah dalam menawarkan kemudahan dan fasilitas bagi nasabah yang membutuhkan pinjaman dana tunai. Adira Finance harus dapat memanfaatkan peluang dan memenangkan persaingan agar dapat mempertahankan posisinya sebagai *market leader* di industri pembiayaan otomotif. Oleh sebab itu, untuk mencapai pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan, strategi yang digunakan Adira Finance untuk bersaing dalam pasar pinjaman dana tunai menjadi suatu hal yang penting untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Nasabah Adira Finance merupakan pasar potensial bagi produk Maxi, sehingga belum optimalnya penjualan produk Maxi saat ini merupakan suatu hal yang disayangkan. Apalagi jumlah nasabah aktif Adira Finance saat ini berjumlah 2,2 juta nasabah. Penelitian ini dilakukan karena melihat adanya peluang untuk meningkatkan penjualan Maxi.

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik industri pinjaman dana tunai di Indonesia saat ini serta faktor-faktor apa yang mempengaruhi tingkat persaingan industri ini?
2. Bagaimana memformulasikan strategi bersaing produk Maxi yang bisa menandingi agresifitas kompetitor dan dapat mengoptimalkan penjualan produk Maxi?
3. Hal-hal apa saja yang harus menjadi pertimbangan agar hasil formulasi strategi bersaing ini dapat diterapkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Di dalam penelitian ini akan dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal, serta lingkungan industri Adira Finance untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan analisis tersebut, dapat diberikan pilihan-pilihan strategi yang sesuai dengan sumber daya yang dimiliki dalam rangka mempertahankan diri dan mengembangkan keunggulan bersaing yang sesuai.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Melakukan tinjauan atas strategi bersaing Maxi yang ada dan menerapkan kerangka formulasi strategi yang relevan berdasarkan kaidah teoritis dan praktis.
2. Memberikan usulan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk Maxi Adira Finance.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi dalam ruang lingkup berikut :

- a. Penelitian ini terbatas pada produk pinjaman dana tunai (Maxi) PT Adira Finance untuk menopang kinerja Adira Finance saat ini yang fokus pada bisnis pembiayaan konsumen .
- b. Penelitian ini fokus pada tahap formulasi strategi Maxi untuk tahun 2010 – 2012 tanpa tahapan implementasi.
- c. Area pemasaran yang akan diteliti adalah area Jabodetabek.
- d. Pembahasan lingkungan eksternal dan internal fokus pada industri pembiayaan (produk Maxi) pada kurun waktu 2008-2009, serta prospek bisnis untuk menghadapi persaingan tiga tahun ke depan.
- e. Industri pinjaman dana tunai yang dilakukan oleh perusahaan pembiayaan baru mulai *booming* dalam waktu 2-3 tahun terakhir, sehingga data valid pangsa pasar belum tersedia.

Adapun pemilihan area Jabodetabek sebagai area penelitian adalah:

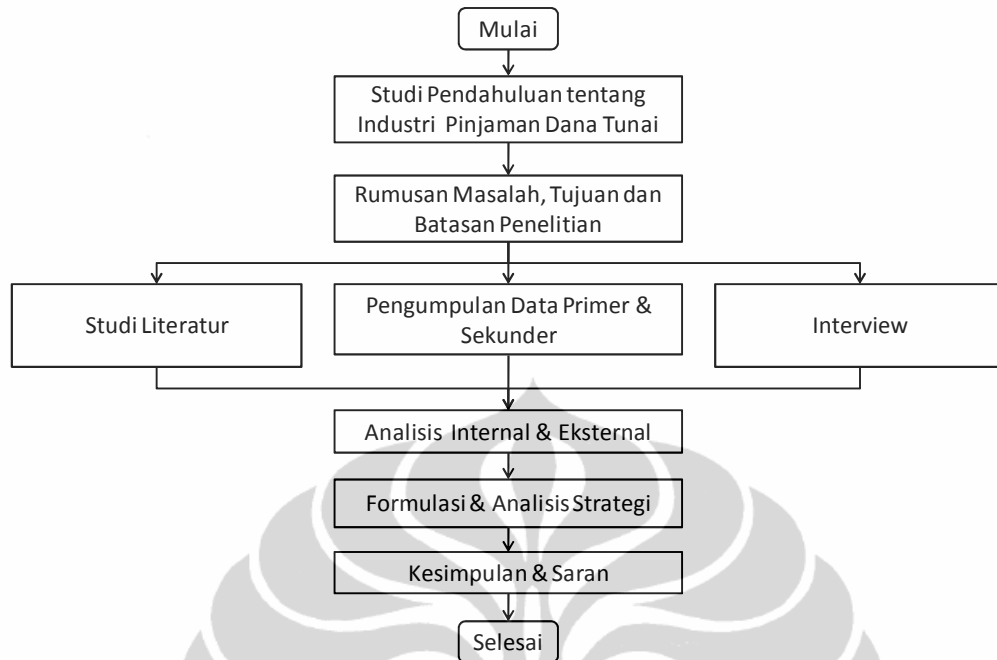
- Jabodetabek merupakan sentral kegiatan ekonomi dan politik Indonesia
- Jabodetabek memiliki karakteristik nasabah yang unik, yg bisa menjadi purwarupa (*prototype*) nasabah secara nasional.
- Secara performa, penjualan produk Maxi di Jabodetabek paling tinggi dibanding wilayah lain
- Jumlah jaringan Adira Finance area Jabodetabek yang cukup banyak dan tersebar
- Pihak kompetitor sendiri lebih agresif di area Jabodetabek dibanding wilayah lainnya
- Dinamika masyarakat Jabodetabek memberikan potensi penjualan produk pinjaman dana tunai

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi analitis, yaitu mendiagnostik dan mengkaji permasalahan disertai analisis atas data dan informasi primer dan sekunder untuk dapat merumuskan kesimpulan dan rekomendasi-rekomendasi yang dipandang penting dan relevan dengan konteks permasalahan yang dikaji. Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan melalui penelaahan atas berbagai informasi relevan yang dikeluarkan oleh pihak-pihak eksternal. Di samping itu, terdapat beberapa pengolahan data lanjutan atas data dan informasi eksternal ini.

Data primer didapat melalui data internal perusahaan dan melalui penggalian berbagai pandangan internal dari unit-unit organisasi yang terkait di perusahaan. Pandangan internal tersebut diperoleh melalui telaah dan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang dipandang relevan dan representatif, sehingga akan memperkaya kajian yang dilakukan. Data primer ini menjadi landasan penting terutama karena dapat memberikan pandangan sehingga perumusan yang dilakukan, serta rekomendasi-rekomendasi yang diberikan dapat lebih relevan.

Secara lebih jelas, penelitian ini mengikuti alur penelitian sebagaimana tertuang pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Alur Penelitian

Sumber: diolah sendiri oleh penulis

1.6 Sistematika Penelitian

Kerangka penelitian akan dibagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penelitian.

Bab 2 Telaah Kepustakaan

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam analisis dan pembahasan.

Bab 3 Gambaran Umum Industri dan Perusahaan

Dalam bab ini akan diulas secara rinci mengenai gambaran umum dari Adira Finance, khususnya Divisi NDS yang menjadi penanggung jawab produk

pinjaman dana tunai dan juga kinerja Adira Finance baik dari segi penjualan maupun *profit*.

Bab 4 Analisis dan Pembahasan

Analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan teori-teori sebagaimana telah dijelaskan pada Bab Telaah Kepustakaan.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan dan perumusan rekomendasi.

