

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini di Indonesia perkembangan industri otomotif semakin hari semakin meningkat, dapat dilihat semakin banyaknya produk dan varian otomotif baru yang ada di jalan. Baik kendaraan beroda dua atau yang sering disebut motor serta kendaraan beroda empat atau yang sering disebut mobil. Setiap harinya banyak konsumen yang menggunakan mobil sebagai sarana transportasi untuk kegiatan sehari-harinya. (Gaikindo, 2013) di setiap tahun konsumen yang memiliki mobil ini semakin banyak, dari tahun 2011 sampai dengan 2012 tercatat terjadi kenaikan dari 894.164 unit menjadi 1,161 juta unit atau adanya kenaikan sebesar 24,8%. Dapat dilihat dari data di bawah ini bahwa perkembangan penjualan mobil di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

**Tabel 1.1 Data Wholesale Mobil di Indonesia Tahun 2011-2012**

Merek	Des*	Total 2012	Total 2011	Pertumbuhan (%)
<b>Toyota</b>	34.427	405.414	310.674	30
<b>Daihatsu</b>	12.559	162.742	139.544	17
<b>Mitsubishi</b>	10.140	148.918	134.416	11
<b>Suzuki</b>	8.650	126.577	94.569	34
<b>Honda</b>	6.117	69.320	45.416	53
<b>Nissan</b>	5.595	67.143	56.136	20
<b>Isuzu</b>	2.069*	33.155*	28.746	15*
<b>Mazda</b>	993	12.392	8.933	39
<b>Lainnya*</b>	9.079*	90.741*	75.730	20
<b>Total</b>	<b>89.629*</b>	<b>1.116.402*</b>	<b>894.164</b>	<b>25</b>

Sumber : <http://otomotif.kompas.com>

**Tabel 1.2 Data Ritel Mobil Baru di Indonesia Tahun 2011-2012**

Merek	Des*	Total 2012	Total 2011	Pertumbuhan (%)
<b>Toyota</b>	37.258	399.511	314.417	27
<b>Daihatsu</b>	14.589	163.068	137.166	19
<b>Mitsubishi</b>	12.851	145.381	129.345	12
<b>Suzuki</b>	11.505	125.501	90.579	39
<b>Honda</b>	9.134	64.285	49.374	30
<b>Nissan</b>	5.620	67.542	57.299	18
<b>Isuzu</b>	2.053*	31.890*	28.833	11*
<b>Mazda</b>	1.13	12.155	9.056	34
<b>Lainnya</b>	7.726*	88.806*	74.500	19
<b>Total</b>	<b>101.866*</b>	<b>1.098.139*</b>	<b>890.569</b>	<b>23*</b>

Sumber : <http://otomotif.kompas.com>

(Gaikindo, 2013) Toyota masih menjadi merek paling diminati masyarakat Indonesia dengan penjualan 405.414 unit, disusul 'saudara kembarnya' Daihatsu sebesar 162.742 unit. Sementara peringkat berikutnya dihuni oleh Mitsubishi dengan penjualan sebanyak 148.918 unit, Suzuki 126.577 unit, Honda 69.320 unit, Nissan 67.143 unit, Isuzu 33.155 unit, Mazda 12.392 unit dan merek lainnya sebesar 90.741 unit. Pertumbuhan paling besar diraih oleh merek Honda yang mengalami kenaikan sebesar 53%. Di sisi lain, penjualan ritel mengalami pertumbuhan signifikan pada Desember 2012 lalu, yaitu 101.866 unit naik sebesar 4,4% dari November 2012.

Dengan berkembangnya teknologi yang bersifat dinamis dan cepat yang mempengaruhi perindustrian otomotif pula, maka pada era sekarang ini terjadinya perubahan perilaku konsumen atau dapat dikatakan bahwa banyak konsumen melakukan penggantian mobil lama dengan mobil yang lebih baru. (Gaikindo, 2013) banyak pakar otomotif yang memprediksikan bahwa pada tahun 2013 ini penjualan

mobil akan meningkat pesat yaitu sebesar 1,2 juta unit. Dengan adanya hal ini, membuat banyak orang untuk membuka peluang bisnis baru yang menguntungkan bagi mereka yaitu dengan cara melakukan pembiayaan terhadap para calon konsumen untuk melakukan pengkreditan mobil atau memberikan pinjaman dana terhadap konsumen yang membutuhkannya dengan cara menggadaikan BPKB mobil.

Bisnis ini pula yang dilihat oleh PT BFI Finance Indonesia Tbk, perusahaan yang berdiri sejak tahun 1982 dengan memiliki dua produk utama yaitu *leasing (direct finance lease dan sales & lease back)* serta *consumer finance* (kredit cicilan mobil, pembiayaan cepat mobil, dan pembiayaan cepat motor) perusahaan ini melihat bahwa ke depannya bisnis ini dapat menjadi peluang pasar yang baik serta dapat membantu konsumen yang sedang membutuhkan dana atau bantuan. Banyak sekali pemain baru maupun pemain lama (*competitor*) dalam bisnis ini misalnya saja seperti BCA Finance, CIMB Niaga Auto Finance, Clipan Finance, OTO, Tunas, Andalan, ACC, dan ADIRA. Setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing untuk konsumennya, tetapi dalam hal ini PT BFI Finance Indonesia Tbk memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya yaitu proses pencairan dana yang lebih cepat dibandingkan dengan *competitor* (setelah proses *surveyor* selesai maka dana dapat cair dalam waktu 3 jam) dan usia kendaraan dalam *used car*-nya (mobil bekas) untuk *passenger car* 20 tahun dan *pick up* 15 tahun yang dapat dibiayai.

Di setiap bisnis, pasti ada target pencapaian yang harus dibuat atau dicapai setiap tahunnya. Dengan adanya target pencapaian tersebut membuat perusahaan berpikir bagaimana cara mencapai target tersebut serta mencapai *total booking* yang telah

dibuat. *Total booking* adalah keseluruhan *achievement* atau pencapaian yang didapat dari hasil pencapaian cabang berdasarkan produk dari PT BFI Finance Indonesia Tbk baik DE (Dana Ekspres) dan KCM (Kredit Cicilan Mobil), misalnya target DE cabang adalah 1M dan pencapaian 1,2M sedangkan target KCM cabang adalah 1,5M dan pencapaian 2M maka yang dimaksud dengan *total booking* adalah 1,2M ditambah 2M sehingga menjadi 3,2M. PT BFI Finance Indonesia Tbk memiliki program *reward* yang dimana dibuat untuk *supplier* yang bertujuan agar *supplier* menjadi lebih berantusias untuk mencapai target *booking* yang telah dibuat. Beberapa program yang telah dilakukan oleh perusahaan ini adalah adanya program *Advanced Reward* dan *Customized Marketing Program (CMP)*. *Advanced Reward* adalah bonus yang diberikan di awal, dimana setiap bonus *supplier* yang sudah diberikan di awal tersebut akan dilunasi melalui cicilan potong *refund* tiap aplikasi yang masuk dari *supplier* tersebut, sedangkan untuk *Customized Marketing Program* adalah suatu program *marketing* berbentuk *reward* non-tunai yang diajukan oleh cabang dengan tujuan meningkatkan kontribusi dari *supplier* melalui mekanisme pengalokasian sebagian bonus *refund rate* atau bonus *refund* asuransi per-aplikasi diakumulasikan dalam periode tertentu. Tujuan dari adanya program ini adalah untuk membuat *supplier* menjadi bersemangat serta memiliki antusias yang tinggi agar mencapai *total booking* yang telah dibuat sebelumnya. *Supplier* di PT BFI Finance Indonesia Tbk dapat diartikan sebagai mitra kerja yang membantu PT BFI Finance Indonesia Tbk agar dapat dikenal lebih luas. *Supplier* tersebut juga diminta untuk merekomendasikan kepada konsumen agar menggunakan jasa yang dimiliki PT BFI Finance Indonesia Tbk. Salah satu contoh *supplier* adalah pengusaha jual beli mobil

bekas, mereka diminta untuk merekomendasikan PT BFI Finance Indonesia Tbk sebagai sarana pembiayaan kredit mobil bagi konsumennya.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Sebagai perusahaan yang menawarkan jasa kepada konsumen serta perusahaan yang memiliki target penjualan setiap tahunnya, maka salah satu faktor pengukuran tercapainya target penjualan dapat dilihat dari program *reward* yang diberikan perusahaan kepada *supplier*. Apakah dengan adanya program *reward* tersebut dapat mempengaruhi atau berdampak pada *total booking* perusahaan tersebut. Dengan berlandaskan teori tersebut maka penulis ingin melihat apakah PT BFI Finance Indonesia Tbk sudah menjalankan program *reward* dengan baik dari segala aspek dan melihat apakah adanya hambatan dalam menjalankan semua program *reward* tersebut.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan kerja magang ini agar penulis dapat mengetahui situasi lingkungan yang terjadi di dunia kerja sesungguhnya sebelum penulis masuk ke dalam dunia kerja serta melakukan perbandingan dengan teori yang telah didapat oleh penulis saat pembelajaran di kampus. Di sisi lain tujuan dari kerja magang ini adalah untuk membantu penulis membangun *soft skill* serta mencari relasi.

Alasan penulis memutuskan untuk magang di PT BFI Finance Tbk karena perusahaan ini merupakan 10 besar perusahaan *finance* di Indonesia yang telah diakui dan telah berdiri selama 31 tahun untuk membantu konsumen dalam melakukan pengkreditan

atau pencicilan mobil serta memberikan pinjaman dana dengan cara melakukan penggadaian terhadap BPKB mobil.

#### **1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah selama 42 hari atau 2 bulan 2 hari yang dimulai pada tanggal 1 Juli 2013 sampai dengan 31 Agustus 2013, di bagian divisi unit 3 (mobil) sebagai *Car Product Support Retail*. Kerja magang ini dilaksanakan setiap hari Senin sampai dengan Jumat pukul 08.00 - 17.00 WIB. Sebelum penulis dinyatakan sebagai *staff* magang ada beberapa prosedur pelaksanaan kerja magang pada PT BFI Finance Indonesia Tbk yang harus dilalui terlebih dahulu yaitu :

##### **1. Tahap Pengajuan**

Mahasiswa mencari terlebih dahulu perusahaan mana yang akan menerima mahasiswa untuk melakukan magang selama sekurang-kurangnya 40 hari. Kemudian setelah mahasiswa telah mengetahui ingin melakukan magang di perusahaan yang telah dipilih, maka mahasiswa mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi Manajemen. Selanjutnya surat pengantar yang telah selesai dibuat, dibawa oleh mahasiswa ke perusahaan pada saat *interview* oleh bagian *Human Resource* di kantor pusat PT BFI Finance Indonesia Tbk. Mahasiswa dapat mulai melaksanakan magang pada saat waktu

yang telah ditentukan serta telah menerima surat balasan bahwa mahasiswa bersangkutan diterima magang oleh perusahaan PT BFI Finance Indonesia Tbk. Kemudian surat balasan tersebut diberikan kepada BAAK maka mahasiswa akan memperoleh : Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang.

## **2. Tahap Pelaksanaan**

Sebelum mahasiswa melakukan magang di PT BFI Finance Indonesia Tbk, selama satu minggu mahasiswa diperkenalkan terlebih dahulu mengenai budaya di kantor, pengenalan perusahaan, dan pengenalan tim selama kerja magang. Setelah satu minggu maka mahasiswa diberikan pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing lapangan tetapi selama dalam proses kerja magang mahasiswa di bimbing oleh pembimbing lapangan.

## **3. Tahap Akhir**

Setelah mencapai batas waktu kerja magang yang disepakati maka mahasiswa mulai membuat laporan kerja magang yang dibimbing oleh dosen pembimbing serta dibantu oleh pembimbing lapangan di perusahaan magang agar terjadinya kesalahan penulisan laporan magang dapat diminimalisir.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam laporan magang ini adalah sebagai berikut :

## Bab I Pendahuluan

Membahas latar belakang didirikannya perusahaan serta latar belakang mengenai bisnis mobil di Indonesia. Selain itu juga membahas maksud dan tujuan kerja magang, serta waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang.

## Bab II Gambaran Umum Perusahaan

Membahas sejarah singkat dari perusahaan PT BFI Finance Indonesia Tbk beserta struktur organisasi perusahaan di tempat penulis bekerja sebagai mahasiswa magang, serta landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan dalam laporan magang ini.

## Bab III Pelaksanaan Kerja Magang

Membahas tentang pelaksanaan magang di PT BFI Finance Indonesia Tbk apa saja yang sudah dilakukan oleh penulis dan mejabarkan kegiatan magang mulai dari tugas hingga proses dari kegiatan magang sehari-hari yang kemudian melakukan analisa terhadap setiap masalah yang ada dan mencoba memberikan solusinya.

## Bab IV Kesimpulan dan Saran

Membahas kesimpulan dan saran dari penulis selama kerja magang di PT BFI Finance Indonesia Tbk dari semua hasil kegiatan magang yang sudah dilakukan dari awal hingga akhir sehingga diharapkan dapat berguna bagi perusahaan tersebut agar menjadi lebih baik lagi.