



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT Federal International Finance

2.1.1 Sejarah PT Federal International Finance

PT Federal International Finance (FIF) didirikan dengan nama PT Mitrapusaka Artha Finance pada tanggal 1 Mei 1989. Berdasarkan ijin usaha yang diperoleh, maka Perseroan ini bergerak di bidang Sewa Guna Usaha dan Anak Piutang. Pada tahun 1991, Perseroan berubah nama menjadi PT Federal International Finance. Seiring dengan perkembangan waktu dan adanya keinginan untuk tetap memenuhi permintaan pasar, Pada tahun 1996, FIF mulai memfokuskan diri pada bidang pembiayaan konsumen secara retail. Fokus kegiatan usaha pada sektor pembiayaan sepeda motor Honda. Ketika krisis moneter menimpa Indonesia pada tahun 1997, momen tersebut merupakan sebuah titik balik bagi Perseroan untuk melakukan konsolidasi internal dalam rangka menuju ke suatu system komputerisasi yang tersentralisasi dan terintegrasi. Walaupun krisis moneter yang terjadi terus berkembang menjadi krisis multidimensi, namun berkat kerja keras jajaran Direksi beserta seluruh karyawan Perseroan tetap dapat berjalan. Perseroan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh PT Astra International, Tbk ini, tahun demi tahun memantapkan dirinya sebagai perusahaan pembiayaan yang terbaik dan terpercaya di industrinya. Pada saat obligasi pertama pada tahun 2002 hingga kelima pada tahun 2004 mendapat tanggapan positif dari para investor.

Sebagai bagian dari inisiatif pengembangan usahanya, FIF kembali mengambil langkah transformasi identitas Perusahaan melalui peluncuran mereka FIFGROUP pada bulan Mei 2013. Seiring dengan diidentitas perusahaan baru tersebut, FIFGROUP terus melangkah sebagai perusahaan

pembiayaan terdepan di Indonesia melalui produk dan layanan pembiayaan yang berkualitas.

2.1.2 Tujuan PT Federal International Finance

Setiap perusahaan untuk mencapai kinerja yang baik tentunya harus memiliki tujuan. FIGROUP dalam perjalannya memiliki tujuan sebagai berikut.

- Membangun citra positif perusahaan (corporate image)
- Menjaga keberlanjutan dan operasional bisnis perusahaan (social protection)
- Meningkatkan kebanggaan karyawan terhadap perusahaan (pride of employee)
- Mendukung kegiatan bisnis perusahaan (support to bussines)

2.1.3 Visi Misi PT Federal International Finance

Visi Misi merupakan sebuah konsep perencanaan yang didalamnya disertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang direncanakan untk mencapai tujuan. Menurut Wibisono, visi merupakan serangkaian yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Sedangkan misi menurut Wheelen, misi adalah rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan eksistensi perusahaan yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat. Berikut merupakan visi dan misi FIGORUP.

- Visi : Menjadi pemimpin industri yang dikagumi secara nasional
- Misi : Membawa kehidupan yang lebih baik untuk masyarakat

2.1.4 Pilar Utama Perusahaan PT Federal International Finance

2.1.4.1 Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu pilar pertumbuhan utama perusahaan. FIFGROUP sepenuhnya menyadari bahwa SDM merupakan aset penting bagi Perusahaan untuk meningkatkan kinerja Perusahaan. Pengembangan SDM di FIFGROUP melalui spirit TEAM (Teamwork, Excellence, Achieving, dan Moving Forward) yang menjadi landasan dari pola pikir dan aktifitas kerja yang dilaksanakan oleh insan FIFGROUP. Perusahaan melihat karyawan memiliki peran dan kompetensi yang unik dan khas sehingga kami FIFGROUP terus berupaya mengembangkan karyawan dengan karakteristik dan kompetensi masing-masing secara optimal. Dengan adanya program pengembangan yang diberikan kepada seluruh insan FIFGROUP, seluruh karyawan akan dapat memberikan kontribusi kepada pertumbuhan perusahaan secara optimal.

Aspek kreatifitas diwajibkan bagi setiap individu di FIFGROUP mulai dari tim dan unit kerja masing-masing yang kemudian dikembangkan dalam berbagai program dan strategi kerja yang dapat membawa FIFGROUP untuk bertahan di tengah persaingan dengan perusahaan lain di industry pembiayaan.

Disamping pentingnya aspek kreatifitas, FIFGROUP menekankan pentingnya komitmen dimana merupakan aspek yang berkaitan erat dengan system, untuk saling bersinergi antrara dealer, nasabah, karyawan serta dengan Manajemen dan Pemegang Saham. Melalui komitmen, diharapkan rangkaian produk dan layanan FIFGROUP dapat diberikan secara luas dengan nilai tambah bagi seluruh stakeholder Perusahaan.

2.1.4.2 Sistem & Strategi

2.1.4.2.1 Teknologi Informasi

Dalam era globalisasi, Teknologi Informasi (TI) memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan usaha FIFGROUP. Dengan mengoptimalkan aplikasi TI dalam kegiatan perusahaan yaitu dengan menghubungkan seluruh cabang dengan kantor pusat dalam suatu sistem TI terintegrasi yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai aplikasi termasuk terkait Data and Network Security, Business Continuity Plan dan IT Governance process. Dengan adanya TI juga memberikan kemudahan dalam layanan perusahaan kepada nasabah melalui kerjasama dengan institusi perbankan dan merchant untuk fasilitas Payment Channel melalui ATM dan EDC.

2.1.4.2.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

FIFGROUP memiliki komitmen dan kesadaran akan pentingnya partisipasi dan kontribusi dalam membangun lingkungan sekitar dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Komitmen FIFGROUP diwujudkan melalui kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Enterprise Social Responsibility – ESR) yang meliputi 2 pilar yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Enterprise Social Responsibility – ESR) dan pilar Lingkungan, Keselamatan dan Kesehatan Kerja (LK3). Kegiatan ini dilakukan secara sistematis mulai dari lingkup kantor pusat hingga setiap Kantor Cabang FIFGROUP.

Implementasi ESR FIFGROUP berpedoman pada Pasal 74 ayat 4 UU No.40 tahun 2007 terkait kegiatan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Terbatas dan juga mengadaptasi Pedoman ESR Astra Group meliputi Catur Dharma Astra, EHS & CSR Corporate Policy, Sistem Manajemen Astra Green Company dan Astra Friendly Company.

2.1.4.2.3 Praktik Tata Kelola Perusahaan

FIFGROUP yang bergerak di industri pembiayaan menjalankan setiap kegiatan dengan mengedepankan setiap kegiatan dengan prinsip transparansi dan integritas serta Good Corporate Governance (GCG). Prinsip dasar Tata Kelola FIFGROUP mengadaptasi prinsip keterbukaan (transparency), akuntabilitas (accountability), tanggung jawab (responsibility), kemandirian (independency) serta kewajaran dan kesetaraan (fairness).

2.1.5 Nilai Perusahaan PT Federal International Finance

2.1.5.1 T – Teamwork (Berpikir Positif – Saling Menghargai – Sinergi)

Mendorong semangat semua insan untuk bersinergi yang didasari oleh sikap saling menghargai, berpikir positif serta mengutamakan kepentingan perusahaan agar menghasilkan kinerja yang optimal.

2.1.5.2 E - Excellence (Perbaikan Berkesinambungan - Berorientasi pada Kualitas – Fokus pada Pelanggan)

Mendorong semua insan untuk mengutamakan layanan unggul pada konsumen eksternal dan internal melalui proses yang sederhana, lugas serta berkualitas yang didasari oleh sikap proaktif dalam melakukan perbaikan berkesinambungan.

2.1.5.3 A – Achieving (Kreatif dan Inovatif – Profesional – Berorientasi pada Prestasi)

Mendorong semua insan berintegritas dan berkomitmen untuk terus meningkatkan prestasi kerja setinggi-

tingginya dengan mengedepankan profesionalitas untuk menghasilkan inovasi-inovasi.

2.1.5.4 M – Moving Forward (Responsif – Progresif – Siap Berubah)

Mendorong semua insan agar peka dan tanggap terhadap perubahan serta berwawasan jauh ke depan dalam merancang dan melakukan perubahan strategis.

2.1.6 Bidang Usaha PT Federal International Finance

2.1.6.1 FIFASTRA – Pembiayaan Motor Baru dan Bekas

FIFASTRA merupakan pembiayaan resmi untuk sepeda motor baru Honda. FIFASTRA bekerjasama dengan ribuan dealer motor Honda di seluruh Indonesia. Banyaknya titik layanan pembiayaan motor baru ini membuat FIFASTRA menjadi pembiayaan terdepan pilihan konsumen. FIFASTRA pun juga memberikan pelayanan untuk segmen sepeda motor bekas dengan menghadirkan kayanan sepeda motor bekas berkualitas dengan keunggulan strategi pemasaran dan proses aplikasi yang mudah. Semua motor bekas yang dibiayai oleh FIFASTRA dilengkapi dengan kartu garansi dan telah lolos uji kualitas.

2.1.6.2 SPEKTRA – Pembiayaan Multi Guna

SPEKTRA merupakan merek usaha dari FIFGROUP yang bergerak di bidang pembiayaan multiguna. Pembiayaan ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan elektronik, perabot rumah tangga, furniture, gadget, produk lifestyle dan berbagai kebutuhan masyarakat lainnya. Konsumen diberikan fleksibilitas untuk menyesuaikan besar dan jangka waktu cicilan, konsumen juga bisa mengikuti berbagai program pemasaran yang menguntungkan sepanjang tahun.

AFTRA merupakan lini usaha terbaru FIFGROUP yang bergerak di bidang pembiayaan mobil baru dan bekas. AFTRA merupakan perwujudan dari komitmen FIFGROUP untuk memberikan layanan bisnis dengan lengkap kepada konsumen dalam segemen LCGC (Low Cost Green Car). Layanan AFTRA ditujukan untuk pelanggan perorangan maupun perusahaan.

2.1.7 Logo Perusahaan PT Federal International Finance

Gambar 2.1 Logo FIFGORUP

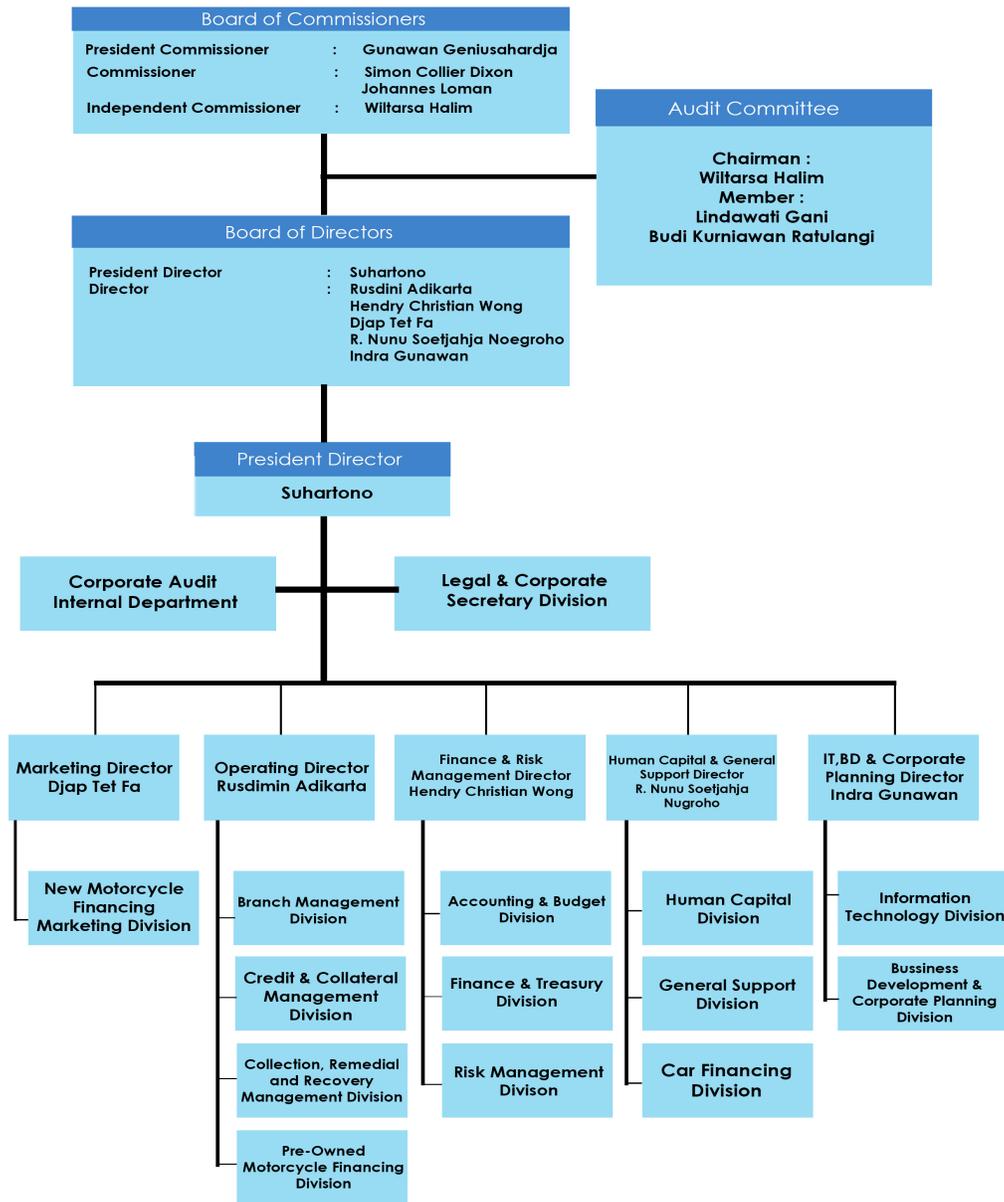


*Sumber : Press Release FIFGROUP

Sidik jari yang digunakan sebagai logo adalah diambil dari siluet sidik jari seorang CEO FIF. Dengan menggunakan logo berbentuk sidik jari, FIFGROUP berkomitmen untuk terus mengembangkan potensi dan kekuatan guna melayani seluruh pelanggan di Indonesia. Hal tersebut tergambar dalam identitas Perusahaan, yaitu simbolisasi sidik jari yang berarti 3 hal yakni Komitmen tertinggi FIFGROUP terhadap pelanggan dan mitra bisnis, Fokus pada pelanggan yang beragam serta Kustomisasi layanan dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini mencerminkan ide dari misi Perusahaan untuk “Membawa Kehidupan dan Masa Depan yang Lebih Baik.

2.1.8 Struktur Manajemen FIFGROUP

Bagan 2.1 Struktur Manajemen FIFGROUP



*Sumber : Annual Report FIFGROUP 2014

Tabel diatas merupakan susunan organisasi Federal International Finance, dimana letak Corporate Communication adalah berada didalam naungan Human Capital & General Support Director oleh Bapak. Nunu Sutjahja Nugraha. Pada struktur Human Capital & General Support terbagi pula sub-sub divisi, yakni Human Capital, Training & Learning Development, Recruitment Talent & Performance Reward Management, HC Organization Development, Industrial Relationship, HC Operation & Service. Sedangkan General Support terdiri dari, Corporate Communication, General Services, dan Corporate Security & EHSSR.

FIFGROUP dalam perjalannya memastikan bahwa setiap karyawan mendapatkan pengelolaan sumber daya manusia yang sesuai seperti proses rekrutmen, kaderisasi, pelatihan dan pengembangan kompetensi yang seragam. Oleh karena itu divisi Human Capital telah menyusun langkah-langkah pengelolaan dan pengembangan SDM secara sistematis dan terarah, mengacu pada 5 aspek People Strategy yakni Organization readiness (T.E.A.M), People readiness, Leadership and succession readiness, Conducive Working Climate dan Synergy with Astra Financial Services (AFS) group.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Corporate Communication

2.2.1 Misi, Objective Strategi Corporate Communication

Misi & Objective Corporate Communication FIFGROUP

Misi : menyediakan layanan terbaik dalam hal manajemen dan informasi monitoring kepada stakeholders melalui struktur komunikasi untuk mendapatkan citra perusahaan yang positif.

Objective : mengkomunikasikan informasi positif perusahaan termasuk financial strength, aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dan program-program.

2.2.2 Strategi Corporate Communication

Federal International Finance dalam mencapai tujuan memiliki strategi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sebagai berikut.

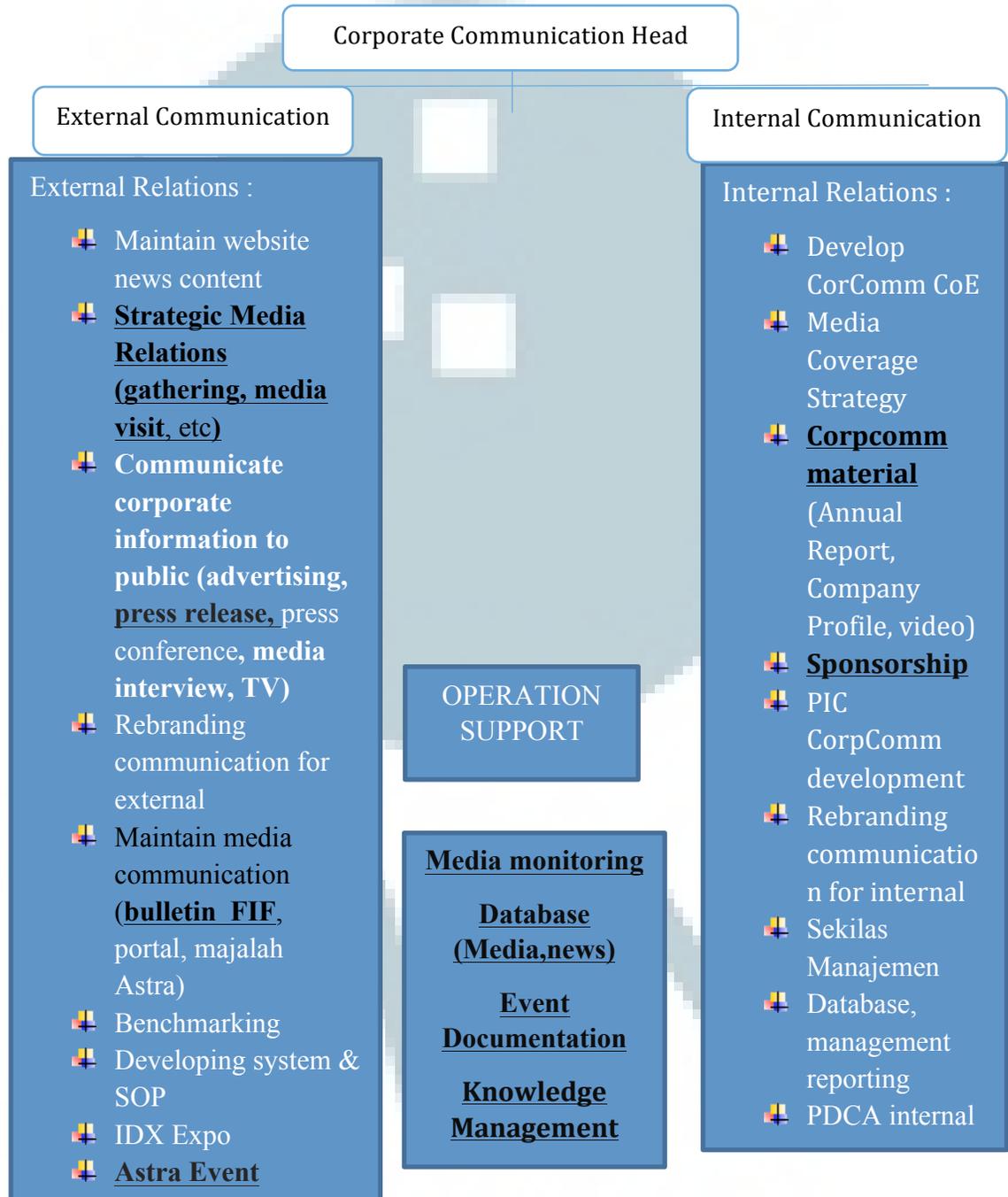
- Short – term : membina hubungan dengan media (national dan local) dan stakeholder lainnya (Non Government Organization, Government)
- Long – term : mengoptimalkan sinergi dengan beragam pihak untuk mendapatkan brand image perusahaan sebagai perusahaan yang dipercaya stakeholder internal dan external

2.2.3 Alur Komunikasi Corporate Communication FIFGROUP

Informasi yang dianggap penting dan akan diberikan kepada stakeholders yaitu meliputi informasi yang terkait mengenai *Financial Highlights, Updated Company Profile, Macro Economy Condition, Issues, Customer Complaint*. Segala informasi penting ini diberikan kepada stakeholders atau pemangku kepentingan FIFGROUP. Untuk menyampaikan informasi dengan efektif tentu diperlukan struktur komunikasi agar pesan tersampaikan dengan baik yaitu dengan memberikan informasi yang actual, on Time, melalui channel yang tepat yaitu official website, media. Serta melakukan komunikasi 2 arah.

2.2.4 Jobdesk Corporate Communication PT Federal International Finance

Bagan 2.2 Jobdesk Corporate Communication FIFGROUP



*Sumber : Corcomm Material FIFGROUP