

BAB II

GAMBARAN UMUM ADIRA FINANCE

2.1 Profil Perusahaan

Sejak didirikan pada tahun 1990, PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk atau Adira Finance mulai beroperasi pada tahun 1991. Pada awalnya, Adira Finance memiliki komitmen untuk menjadi salah satu perusahaan pembiayaan terkemuka dan terbaik di Indonesia. Kini, Adira Finance hadir dengan tujuan melayani beragam pembiayaan seperti kendaraan bermotor baik baru ataupun bekas. Melihat potensi yang ada, Adira Finance terus melakukan penawaran umum melalui sahamnya pada tahun 2004 dan Bank Danamon menjadi pemegang saham mayoritas sebesar 75%. Dari beberapa tindakan korporasi yang terjadi, Bank Danamon saat ini memiliki kepemilikan saham sebesar 92,07% atas Adira Finance. Sebagai anak perusahaan dari Bank Danamon, Adira Finance turut serta menjadi bagian dari MUFG Group yang masuk menjadi salah satu bank terbesar yang ada di dunia.

Adira Finance telah menjadi perusahaan terkemuka di sektor pembiayaan dan melayani banyak merek dan produk. Di tahun 2017 Adira Finance menghadirkan *platform e-commerce* pembiayaan multiguna jasa dicicilaja.com, *marketplace* jual beli kendaraan momobil.id, dan diikuti momotor.id pada tahun 2018. Pada tanggal 20 Februari 2020, Adira Finance meluncurkan inovasi baru di bidang digital yaitu aplikasi layanan konsumen Adiraku untuk memberikan pengalaman bertransaksi secara *real time* dengan mudah, aman dan nyaman. Hingga 30 Juni 2020, Adira Finance berhasil mengoperasikan 452 jaringan usaha yang tersebar di seluruh Indonesia dengan didukung 20.469 karyawan, untuk melayani 2.6 juta konsumen dengan jumlah piutang yang dikelola mencapai Rp 50,4 triliun.

Sejak tahun 2014, Adira Finance berhasil mendapatkan pemeringkat idAAA merupakan pemeringkat tertinggi yang diberikan oleh lembaga pemeringkat Indonesia, yaitu Pefindo. Perusahaan juga memperoleh peringkat *investment grade* di tahun 2019,

yaitu Baa2 oleh Moody's dan BBB oleh Fitch, kedua peringkat internasional tersebut merupakan *investment grade* yang sama dengan peringkat negara Indonesia. Peringkat ini secara signifikan memperkuat kemampuan Perusahaan untuk mengakses sumber pendanaan baru yang lebih kompetitif.

Adira Finance senantiasa berupaya untuk memberikan kontribusi kepada bangsa dan negara Indonesia. Melalui identitas dan janji *brand* "Sahabat Setia Selamanya", Adira Finance berkomitmen untuk menjalankan misi yang berujung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Hal itu dilakukan melalui penyediaan produk dan layanan yang beragam sesuai siklus kehidupan konsumen dari pembiayaan multiguna, perlengkapan rumah tangga dan elektronik (*durables*), otomotif (motor dan mobil), hingga pembiayaan umroh (Syariah).

2.1.1 Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk
2. Bidang Usaha : Pembiayaan Konsumen
3. Tanggal Pendirian : 13 November 1990
4. Perubahan Nama : Tidak Terdapat Perubahan Nama Perusahaan
5. Dasar Hukum Pendirian : Akta Pendirian No. 131 tanggal 13 November 1990, dibuat dihadapan Misahardi Wilamarta, S.H, Notaris di Jakarta, dan mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No. C2-19.HT.01.01.TH.91 tanggal 8 Januari 1991, dan didaftarkan di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan di bawah No. 34/Not.1991/PN.JKT.SEL pada tanggal 14 Januari 1991, serta diumumkan dalam Tambahan No. 421 Berita Negara Republik Indonesia No. 12 tanggal 8 Februari 1991.
6. Modal Dasar : 4.000.000.000 saham atau sebesar Rp 400 miliar.

7. Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh: 1.067.500 saham atau sebesar Rp106,75 miliar.
8. Bursa Efek : PT Bursa Efek Indonesia.
9. Pencatatan Saham : 31 Maret 2004.
10. Kode Saham : ADMF.
11. ISIN Code : IDA0000930D4.
12. Komposisi Pemegang Saham : PT Bank Danamon Indonesia Tbk 92,07% dan Masyarakat 7,93%.
13. Alamat Lengkap : Gedung Millennium Centennial Center Lantai 53, 56-61 Jalan Jenderal Sudirman Kav. 25 Jakarta Selatan, 12920, Indonesia.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo Adira Finance menggunakan bentuk font tegas bergaya *italic* ke kanan, yang berarti Adira Finance selalu dinamis bergerak mengikuti perkembangan pasar dan pelanggan. Arah gerak dinamis ini diperkuat dengan adanya bentuk segitiga yang mengarah ke kanan pada huruf 'A' di kata Adira. Segitiga tersebut melambangkan Adira Finance yang selalu bergerak maju berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Warna hitam yang menjadi warna utama logo mengandung arti Adira Finance adalah perusahaan yang kredibel, profesional dan memberikan kesejahteraan. Sedangkan warna kuning pada segitiga melambangkan Adira Finance adalah perusahaan yang optimis dan memiliki semangat untuk maju.

Gambar 2. 1 Logo Adira Finance

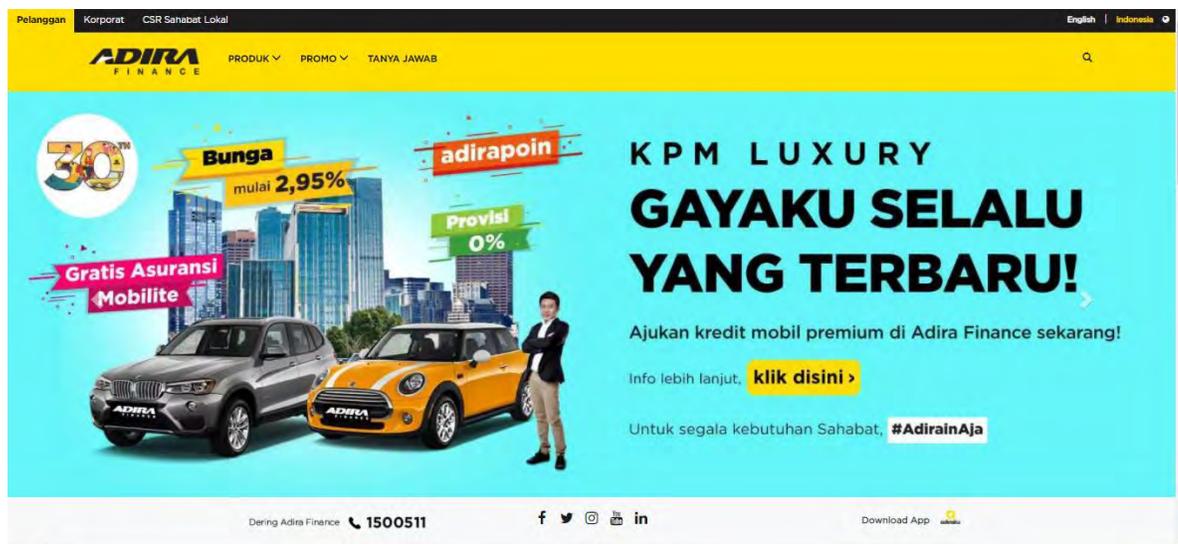


(Sumber : website Adira)

2.1.3 Website Perusahaan

Adira.co.id merupakan *website* resmi Adira Finance. *Website* ini memiliki 3 sub-website yaitu untuk pelanggan, korporat, dan CSR sahabat lokal. Pada bagian Pelanggan, terdapat banyak informasi yang menyangkut kebutuhan pelanggan. Bagian korporat, terdapat informasi mengenai perusahaan hingga data perusahaan. CSR sahabat lokal merupakan bagian yang dipegang oleh External Communication, di mana bagian tersebut berisikan hasil *report* CSR hingga artikel-artikel untuk bisa dibaca secara umum.

Gambar 2. 2 Website Adira Finance



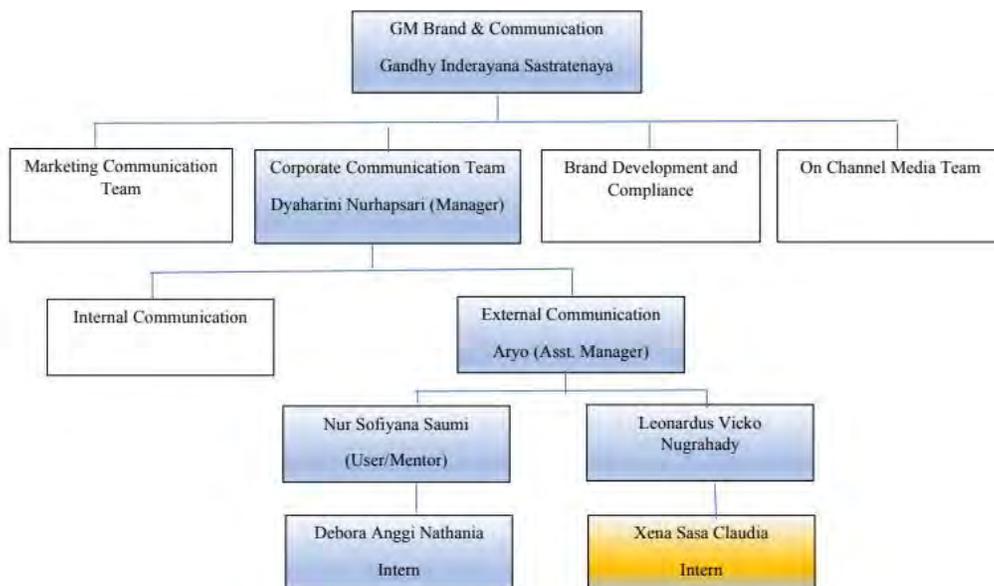
(Sumber : Website Adira)

2.1.4 Visi dan Misi

Visi dari Adira Finance adalah menciptakan nilai bersama untuk meningkatkan kesejahteraan. Sedangkan misi dari Adira Finance, yakni menyediakan beragam solusi keuangan sesuai dengan kebutuhan pelanggan melalui sinergi dengan ekosistem.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Brand & Communication

Gambar 2. 3 Struktur Divisi Brand & Communication Adira Finance



(Sumber : Data Olahan Penulis, 2020)

Berdasarkan bagan yang terdapat di atas, tim *External Communication* merupakan bagian dari *Corporate Communication* pada divisi *Brand & Communication* dan merupakan divisi dimana *External Communication Intern* berada. *Job Desc* dalam ruang lingkup *Corporate Communication* adalah sebagai berikut:

1. Mempromosikan reputasi perusahaan yang terbentuk dari citra perusahaan yang baik kepada masyarakat.
2. Mengelola implementasi dan pelaksanaan hubungan masyarakat yang efektif dan strategis kepemimpinan.

3. Memelihara dan menyusun strategi hubungan dengan media ADMF dan mendukung tujuan perusahaan.
4. Mengelola produksi dan distribusi konten.
5. Mengelola *event* komunitas (internal dan eksternal) untuk menciptakan keterlibatan komunitas yang dinamis.
6. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengelola publisitas dan peliputan, memimpin dan mendukung pelaksanaan program CSR perusahaan.
7. Memastikan perkembangan kapasitas internal dalam berhubungan dengan media, khususnya bagi manajemen di perusahaan.
8. Mengelola implementasi dan meningkatkan atau mengembangkan saluran komunikasi internal, sumber daya, dan metode.