

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mengalami kenaikan ekonomi yang signifikan dan konsisten. Hal ini dipengaruhi oleh populasi masyarakat terus meningkat, sehingga daya beli masyarakatnya pun meningkat bersamaan dengan pendapatan mereka. Tidak sedikit pula masyarakat yang memilih mengeluarkan uang untuk konsumsi dibandingkan dengan menabung, membuat masyarakat Indonesia disebut memiliki sifat konsumtif (Soetiono, 2015). Kecenderungan masyarakat Indonesia yang konsumtif membuat dunia usaha di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup besar, salah satunya perusahaan pembiayaan. Hal ini dikarenakan dengan tingkat konsumsi yang tinggi, masyarakat lebih memilih untuk membeli barang secara kredit dibanding dengan membeli tunai (Arta & Hamsal, 2018).

Perusahaan pembiayaan merupakan sebuah perusahaan yang khusus didirikan untuk melayani sewa guna usaha, piutang, pembiayaan konsumen, atau usaha kartu kredit. Perusahaan pembiayaan atau *Multifinance* melayani penyediaan dana, baik untuk kebutuhan konsumtif seperti kredit motor, mobil, maupun kebutuhan produktif seperti modal usaha, dan lain-lain, sesuai dengan fokus perusahaan masing-masing (Otoritas J. Keuangan, 2017). Hingga tahun lalu, perusahaan pembiayaan sedang mengalami kenaikan yang perlahan namun pasti, terbukti tahun 2019 lalu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa aset perusahaan pembiayaan mengalami kenaikan 2,9% dengan angka Rp 518,14 triliun. Total aset yang tercatat tersebut diperoleh dari 184 perusahaan pembiayaan yang tercatat di OJK hingga tahun 2019 (Ramli, 2020).

Kendati demikian, memasuki tahun 2020 dunia diguncang dengan penyebaran pandemi Covid-19 diseluruh dunia. Covid-19 sendiri tercatat pertama kali masuk ke Indonesia pada Februari 2020 lalu dan dikonfirmasi sebagai kasus Covid-19 pertama di Indonesia pada Maret 2020 (Wahyono, 2020).

Hal ini menjadi pukulan bagi semua masyarakat dunia, di mana banyak yang kehilangan keluarga, pekerjaan, dan seluruh lini bisnis mengalami penurunan drastis. Tidak hanya bisnis usaha kecil, namun perusahaan besarpun turut terkena dampak dari pandemi ini (Safitri, 2020). Terlihat dari data pertumbuhan ekonomi Indonesia yang dilansir Badan Pusat Statistik, pada kuartal II-2020, konsumsi dan ekonomi di Indonesia mengalami minus hingga 5,51% dan 5,32%.

Gambar 1 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020



Sumber: [www.money.kompas.com](http://www.money.kompas.com)

Melemahnya ekonomi Indonesia juga sangat berdampak kepada perusahaan pembiayaan atau *multifinance* tercatat mengalami penurunan indikator kerja sebanyak 65% pada kuartal II-2020. Hal ini disebabkan oleh adanya dampak dari virus pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia sejak awal tahun 2020 (Haryadi, 2020). Meskipun melemah, namun adapula beberapa perusahaan pembiayaan yang tetap menorehkan prestasi di tahun 2020 ini, salah satunya Adira Finance.

Walau terkena dampak dari pandemi Covid-19, Adira Dinamika Multi Finance atau Adira Finance masuk kedalam daftar perusahaan yang memiliki aset di atas Rp 10 Triliun. Adira Finance juga merupakan peraih “Infobank Multifinance Awards 2020”, penghargaan tersebut diberikan kepada perusahaan pembiayaan yang

dinilai berhasil meraih prestasi khusus. Selain itu juga di tahun 2020 Adira Finance berhasil meraih penghargaan “Best Listed Company Awards 2020” di kategori emiten sektor *multifinance* (Suheriadi, 2020).

Walau sudah mantap berposisi di dunia perekonomian, namun Adira Finance masih berada di peringkat ketiga untuk perusahaan pembiayaan di Indonesia. Selain itu juga persaingan industri pembiayaan dinilai semakin ketat dan menuntut perusahaan untuk terus memperluas strategi pengembangan dan pengaturan brand agar dapat menghadapi persaingan, dan bahkan melampaui kompetitornya (Hidayat, 2019). Oleh karena itu, penting bagi Adira Finance untuk melakukan *Brand Management* yang tepat agar dapat bertahan dan memperkuat posisi *brand* perusahaan ditengah kendala pandemi dan persaingan ketat perusahaan pembiayaan yang tengah berlangsung.

Penjelasan *brand* menurut (Keller, 2013, p. 30) adalah sebagai sebuah nama, istilah, simbol, atau desain maupun kombinasi keseluruhan elemen tersebut yang ditujukan untuk mengidentifikasi sebuah produk maupun jasa dari penjual yang mampu membedakan satu produk dengan produk lainnya. Bisa disimpulkan bahwa *brand* adalah salah satu aspek krusial bagi perusahaan yang membawa seluruh aspek kredibilitas perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu penting untuk sebuah perusahaan melakukan manajemen *brand*, agar mudah dikenal, diingat, memberikan kesan mendalam, dan membedakan dari kompetitor (Temporal, 2010, p. 20).

Alasan penulis memilih Adira Finance sebagai tempat untuk melaksanakan praktik kerja magang adalah penulis ingin mengetahui, bagaimana cara Adira Finance melakukan *brand management* agar dapat menjadi perusahaan yang kredibel dan maju. Terbukti dari banyaknya prestasi yang didapatkan Adira Finance, kendati telah mengalami penurunan ditengah pandemi dan berada di tengah persaingan ketat, Adira Finance masih dapat membuktikan kredibilitas *brand* perusahaannya dengan meraih penghargaan-penghargaan ternama, dan

menghasilkan inovasi-inovasi terkait keberadaanya sebagai perusahaan *multifinance* di Indonesia

## **1.2 TUJUAN KERJA MAGANG**

Program Kerja Magang dilakukan untuk memenuhi kebijakan pihak kampus yang mewajibkan setiap mahasiswanya untuk terjun ke lapangan sesuai dengan jurusan yang diambil. Dalam praktik kerja magang ini, praktik yang dipilih adalah *Brand Development and Compliance* di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk. Adapun kegiatan yang dilakukan di divisi tersebut bertujuan untuk:

1. Mengetahui dunia pekerjaan terkait dengan aktivitas *Brand Management* di Adira Finance.
2. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan melalui pengaplikasian ilmu *Brand Management*.
3. Mendapatkan pelatihan dan pengalaman kerja, terutama di bidang *Brand Management*.
4. Menghubungkan dan mencocokkan pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan dunia kerja.

## **1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN MAGANG**

### **1.3.1 Waktu**

Praktik kerja magang mengikuti ketentuan yang dibuat oleh universitas, yaitu selama tiga bulan kalender yang ditempuh selama 60 hari kerja. Penulis melakukan kerja magang terhitung dari tanggal 13 Agustus 2020 dan berakhir pada 9 November 2020.

Selama mengikuti program magang Adira Finance memberikan penulis kesempatan untuk dapat bekerja selama lima hari kerja dalam seminggu yaitu Senin sampai Jumat, dimana Adira Finance menerapkan sistem 3 hari *Work from Office* (WFO) dan 2 hari *Work from Home* (WFH).

Namun, pada September 2020 dikarenakan kebijakan pemerintah untuk kembali menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), perusahaan menerapkan WFH secara penuh untuk para pemegang. Karyawan magang hanya akan diminta datang ke kantor apabila memiliki dan dibutuhkan untuk urusan penting (terhitung hingga 9 November 2020).

Perusahaan Adira Finance menetapkan jam masuk kerja setiap karyawan untuk masuk pada pukul 8.30 WIB dan selesai pada pukul 17.30 WIB, dengan total waktu bekerja selama 8 jam, tidak termasuk dengan waktu istirahat dengan durasi 1 jam, yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB. Penetapan jam kerja ini berlaku setiap hari Senin – Jumat dan seluruh karyawan libur pada hari Sabtu. Jam kerja tersebut berlaku baik saat bekerja dari rumah maupun kantor.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan**

Sebelum melakukan pengiriman lamaran pekerjaan kepada perusahaan, penulis memastikan telah memenuhi syarat ketentuan dari kampus untuk mengikuti praktik kerja magang. Persyaratan untuk dapat mengikuti praktik kerja magang adalah penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara (UMN), mengambil mata kuliah magang ketika KRS telah lulus minimal 110 SKS dan memenuhi syarat nilai minimum yang telah ditetapkan dari kampus. Penulis juga mengajukan formulir pengajuan kerja magang (Form KM- 01), dan telah mendapatkan respon dari kampus berupa surat pengantar kerja magang (Form KM-02) yang diterima pada 13 Agustus 2020. Berikutnya, penulis mengunduh form KM-03, KM-04, KM-05, KM-06, dan KM-07.

Setelah memastikan bahwa penulis telah memenuhi syarat, penulis melakukan proses pengiriman *Curriculum Vitae* (CV) beserta dengan portofolio dan juga posisi yang diinginkan ke alamat surel perwakilan dari tim

*recruitment* Adira Finance [claudia.supriadi@adira.co.id](mailto:claudia.supriadi@adira.co.id) yang dikirimkan pada 3 Juli 2020. Sebagai bentuk tanggapan dari surel yang telah dikirimkan, penulis mendapatkan panggilan telepon dari pihak *recruitment* Adira Finance pada 16 Juli 2020 dan menjadwalkan untuk melakukan proses wawancara dengan menggunakan sarana aplikasi *meeting online* Zoom pada 28 Juli 2020. Dua hari setelah wawancara dilakukan, yaitu pada 29 Juli 2020, penulis dinyatakan diterima untuk bergabung bersama Adira Finance di divisi *Brand Development and Compliance* dan dapat mulai melakukan praktik kerja magang pada 13 Agustus 2020. Penulis melakukan praktik kerja magang selama 3 bulan, mulai dari Agustus-November 2020. Setelah menyelesaikan kerja magang, penulis berkoordinasi dan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing untuk menyelesaikan laporan magang.