



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

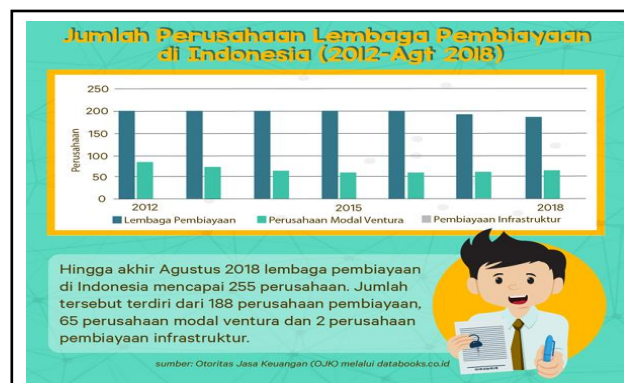
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sekarang ini, semua perusahaan pasti ingin meningkatkan keuntungan dari perusahaannya sehingga perusahaan bisa bertahan di pasar. Salah satu bagian dari perusahaan yaitu manajemen pemasaran yang memiliki bagian yang penting untuk perusahaan, karena pemasaran akan sangat berperan dalam perkembangan dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan bisa memasarkan barang dan jasa kepada konsumen, mudah diterima oleh konsumen, serta disukai oleh konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan pun pasti berbeda-beda, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang barang dan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perbedaan strategi pemasaran tersebut dapat terjadi karena produk yang ditawarkan oleh kedua bidang perusahaan itu berbeda.

Perusahaan pembiayaan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pemberi solusi keuangan bagi masyarakat Indonesia yang didirikan khusus untuk melakukan sewa guna usaha, anjak piutang, pembiayaan konsumen, dan / atau usaha kartu kredit. Di era sekarang ini sangat mudah kita menjumpai perusahaan pembiayaan di Indonesia, mulai dari pembiayaan kendaraan bermotor, pembiayaan mesin dan alat berat, pembiayaan untuk modal usaha, dan pembiayaan alat elektronik dan rumah tangga.



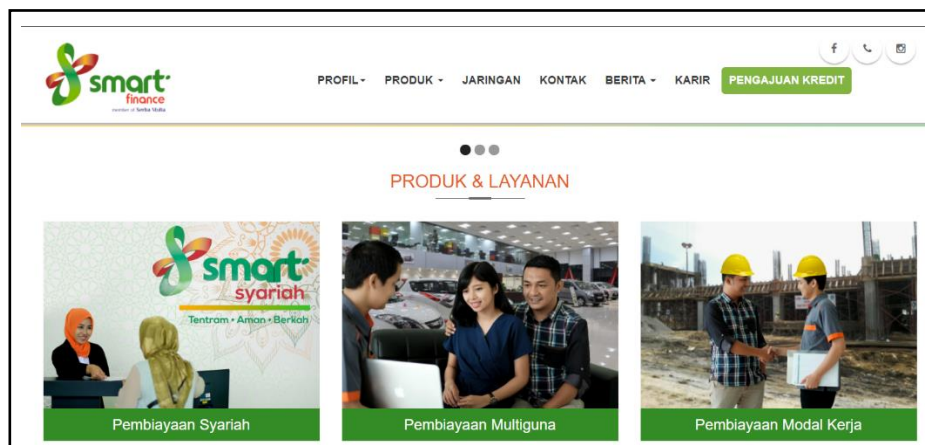
Sumber : OJK, 2018

Gambar 1.1 Jumlah perusahaan pembiayaan di Indonesia.

Dari mudahnya kita menjumpai perusahaan pembiayaan, menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan pembiayaan sangat meningkat di Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.1 bahwa hingga akhir Agustus tahun 2018 lembaga pembiayaan di Indonesia mencapai 255 perusahaan yang terdiri dari 188 perusahaan pembiayaan, 65 perusahaan modal ventura, dan 2 perusahaan pembiayaan infrastruktur. PT *Smart Multi Finance* masuk ke dalam salah satu dari 188 perusahaan pembiayaan tersebut. Dari banyaknya perusahaan pembiayaan tersebut, menunjukkan bahwa perusahaan pembiayaan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yang menyebabkan meningkatnya pula persaingan bagi PT *Smart Multi Finance* yang bergerak di bidang pembiayaan. Oleh karena itu PT *Smart Multi Finance* harus memiliki daya saing yang lebih di mata konsumen sehingga bisa bertahan di pasar dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik. Salah satu strategi pemasaran yang bisa diterapkan dalam perusahaan adalah memberikan *service quality* yang tinggi kepada konsumennya.

Service quality sangat penting kaitannya bagi perusahaan jasa, karena kegiatan utama perusahaan jasa adalah memberikan pelayanan, kemudahan, dan kenyamanan kepada pelanggan untuk memperlancar aktivitas produksi maupun konsumsi. Jasa yang dihasilkan oleh perusahaan pun tidak bisa dilihat melainkan hanya bisa dirasakan oleh konsumen dan dalam perusahaan jasa pun selalu ada aspek interaksi secara langsung antara pihak pelanggan dan perusahaan, sehingga dibutuhkan *service quality* terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga bisa menghasilkan *customer satisfaction*. Menurut Lupiyoadi (2013) mendefinisikan kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Dan keunggulan dari suatu kualitas layanan yang diberikan perusahaan diharapkan dapat memuaskan konsumen, meningkatkan penjualan produk dan jasa dari suatu perusahaan, serta dapat meningkatkan pendapatan dari perusahaan itu sendiri (Tjiptono, 2011). Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki layanan berkualitas akan memberikan kepuasan kepada konsumen dan berujung meningkatkan pendapat perusahaan.

PT *Smart Multi Finance* memiliki dua fasilitas dalam layanan pembiayaan yang bisa digunakan oleh konsumen, yaitu fasilitas *online* dan fasilitas *offline*. Kedua fasilitas tersebut bisa diakses oleh konsumen untuk mengajukan layanan pembiayaan terhadap PT *Smart Multi Finance*.



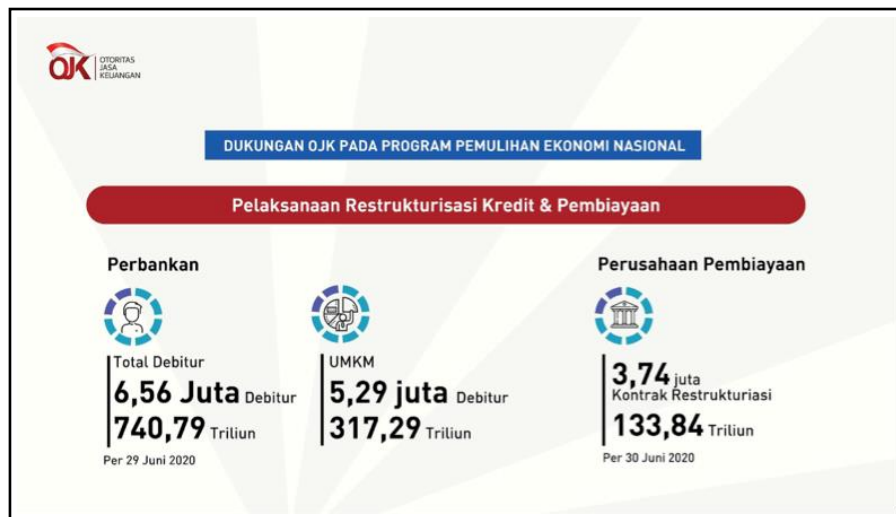
Sumber : smartfinance.co.id, 2020

Gambar 1.2 Produk dan layanan PT *Smart Multi Finance*

Pada gambar 1.2 menunjukkan PT *Smart Multi Finance* menyediakan tiga layanan pembiayaan, yaitu pembiayaan modal kerja untuk pembiayaan yang produktif, pembiayaan multiguna untuk pembiayaan yang konsumtif, dan pembiayaan syariah untuk pembiayaan dengan prinsip murabahah. Ketiga layanan tersebut bisa diajukan oleh konsumen baik melalui fasilitas *online* pada *website* resmi perusahaan maupun *offline* dengan datang langsung ke kantor cabang fisik sesuai kota tempat konsumen tinggal, dengan jaminan unit kendaraan. PT *Smart Multi Finance* memberikan opsi kepada konsumen untuk unit kendaraan yang bisa dijamin agar sesuai dengan kebutuhan konsumen, yaitu unit kendaraan motor dan mobil.

Namun pada tahun 2020 menjadi tahun yang buruk bagi semua lapisan masyarakat dan sektor bisnis, salah satunya perusahaan pembiayaan, hal itu karena pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif terhadap perekonomian Indonesia sehingga daya beli dari masyarakat pun berkurang. Melihat masalah itu OJK pun mengeluarkan kebijakan restrukturisasi. Kebijakan restrukturisasi ini merupakan

keringanan bayar yang diberikan oleh perusahaan pembiayaan kepada konsumennya yang terdampak oleh *Covid-19*.



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2020

Gambar 1.3 Perkembangan restrukturisasi per Juni 2020

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa perusahaan pembiayaan sudah memberikan layanan restrukturisasi kepada 3,74 juta kontrak dengan total dana Rp 133,85 triliun per tanggal 30 Juni 2020, dan PT *Smart Multi Finance* merupakan salah satu perusahaan pembiayaan yang menerapkan layanan keringanan bayar tersebut yang di adaptasi menjadi revitalisasi. PT *Smart Multi Finance* sudah menjalankan layanan revitalisasi ini sejak bulan Maret 2020, dan menjadi intensi perusahaan agar konsumen yang keuangannya terdampak oleh *Covid-19* bisa mendapatkan keringanan angsuran bayar dengan cepat. Intensi perusahaan yang tinggi terhadap layanan revitalisasi ini merupakan bentuk *service quality* yang baik, di mana tidak semua perusahaan menerapkan layanan keringanan bayar ini untuk konsumennya, namun PT *Smart Multi Finance* sudah menerapkannya. Tidak hanya itu, PT *Smart Multi Finance* juga membuat *campaign* bahwa selama pandemi, konsumen tetap bisa melakukan pembayaran angsuran mereka tanpa perlu datang ke kantor fisik melalui *internet banking* dan *payment point* yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.4.



Sumber : smartfinance.co.id, 2020

Gambar 1.4 layanan pembayaran PT *Smart Multi Finance* selama pandemi

Memberikan *service* merupakan kegiatan wajar untuk semua perusahaan, tetapi *service quality* yang tinggi memegang peran penting jika dalam perusahaan jasa, karena konsumen tidak bisa melihat bentuk fisik produk kita melainkan hanya bisa merasakan manfaat darinya, terutama di saat pandemi seperti ini. memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen adalah hal yang paling harus dilakukan, dengan begitu konsumen akan merasa dipedulikan dan tidak ditinggalkan oleh perusahaan walau di masa sulit seperti ini, sehingga akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen (*customer satisfaction*) dalam menggunakan jasa dari PT *Smart Multi Finance*. Saat pandemi Covid-19, kualitas adalah suatu keharusan yang diberikan kepada konsumen, baik untuk produk maupun jasa, dan kualitas tersebut harus selalu dikembangkan agar mudah diakses, cepat, dan tepat seperti harapan pelanggan dan bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, agar bisa memenangkan persaingan disektor pelayanan. (*The Quality*, 2020)

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang sebelumnya telah dipaparkan, penulis bertujuan mengetahui peran dari *service quality* dalam upaya meningkatkan *customer satisfaction* pada PT *Smart Multi Finance*.

PT *Smart Multi Finance* sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan (*multifinance*) yang menjadi solusi keuangan bagi masyarakat dengan memberi pinjaman kepada konsumennya dari 2 produk, yaitu pembiayaan multiguna dan pembiayaan modal kerja. Kedua produk tersebut yang akan menjadi aktivitas bisnis utamanya. Lebih lanjut, penulis telah menemukan beberapa permasalahan pada perusahaan dalam mengaplikasikan *service quality*, antara lain :

1. Diperlukan perbaikan dari segi *service quality* terhadap seluruh layanan perusahaan di masa pandemi Covid-19 guna memaksimalkan *output* dari pemasaran yang dilakukan PT *Smart Multi Finance* yaitu *customer satisfaction*.
2. Diperlukan peningkatan layanan pada fasilitas *online* yang dapat di akses oleh konsumen pada PT *Smart Multi Finance*.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.3.1 Maksud Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan selama kurang lebih tiga bulan ini dilakukan penulis untuk memenuhi kewajiban akademis yang menjadi syarat kelulusan dan harus dipenuhi oleh seluruh mahasiswa yang hendak menerima gelar strata satu di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga berharap dengan hadirnya penulis di PT *Smart Multi Finance* dalam program kerja magang dapat memberikan kontribusi yang berarti melalui beberapa jenis pekerjaan yang dilakukan.

1.3.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dilaksanakannya program kerja magang, yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan dan pengalaman
2. Mempersiapkan diri para mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja yang terus berkembang
3. Membantu penulis untuk memahami proses bisnis serta alur proses kerja yang terdapat di dalam perusahaan.

4. Mengaplikasikan dan mengembangkan pengetahuan dasar teori *marketing* yang sebelumnya telah di pelajari saat perkuliahan ke dalam praktik dunia kerja profesional.
5. Menganalisis kendala-kendala yang dihadapi sekaligus menemukan bagaimana cara mengatasi kendala yang terdapat di PT *Smart Multi Finance* terutama saat *Covid-19*
6. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan mahasiswa, dalam mengatasi kendala sekaligus dalam praktik di lapangan kerja terkait dengan pekerjaan yang dilakukan

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Praktik kerja magang yang ditempuh oleh penulis telah sesuai dengan ketentuan dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yaitu 60 hari kerja. Detail praktik kerja magang yang dijalani oleh penulis dapat dijabarkan sebagai berikut :

Nama Perusahaan	: PT. <i>Smart Multi Finance</i>
Bidang Usaha	: Pembiayaan (<i>Financing</i>)
Alamat Kantor	: Taman Perkantoran <i>Foresta Business Loft</i> 2 No. 21, BSD City, Tangerang Selatan Banten
Periode Kerja Magang	: 1 Juli 2020 – 31 Juli 2020 (<i>branch</i>) 1 Agustus 2020 - 30 September 2020 (<i>head office</i>)
Waktu Kerja	: Senin – Jumat, 8.30 – 17.30
Penempatan	: <i>Marketing Development</i>

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur kerja magang yang telah ditempuh oleh penulis

1. Tahap Pengajuan
 - a. Pada tanggal 16 Juni 2020, penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada PT *Smart Multi Finance*
2. Tahap *Recruitment*
 - a. Pada tanggal 20 Juni 2020, penulis mendapatkan pesan dari PT *Smart Multi Finance* bahwa *interview* akan dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2020 secara *offline* yang bertempat di *head office* Taman Perkantoran *Foresta Business Loft 2* No. 21, BSD City, Tangerang Selatan, Banten
 - b. Pada tanggal 23 Juni 2020, penulis mendapat panggilan untuk melakukan *interview* secara *offline* yang bertempat di head office dengan HCR PT *Smart Multi Finance*.
3. Tahap Pemilihan
 - a. Pada tanggal 29 Juni 2020, penulis mendapatkan pemberitahuan bahwa telah diterima menjadi karyawan magang di PT *Smart Multi Finance* pada posisi *marketing development*.
 - b. Pada tanggal 1 Juli 2020, merupakan hari pertama penulis melaksanakan praktik kerja magang di PT *Smart Multi Finance* dan ditempatkan di cabang.
 - c. Pada tanggal 1 Agustus, penulis melaksanakan praktik kerja magang di *head office* PT *Smart Multi Finance*.
4. Tahap Praktik Kerja Magang
 - a. Penulis melaksanakan praktik kerja magang selama 3 bulan, dengan kurun waktu 1 Juli 2020 s/d 30 September 2020.
 - b. Penulis melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing yang ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara
 - c. Menyusun laporan magang

- d. Melaksanakan sidang magang sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata S1 Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Laporan kerja magang yang berjudul “Peran revitalisasi dalam meningkatkan *service quality* dalam upaya meningkatkan *customer satisfaction* pada PT *Smart Multi Finance* terdiri dari 4 bab di mana antara satu bab dengan bab lainnya terdapat keterikatan yang erat. Sistematika penulisan laporan kerja magang adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang topik yang penulis ingin teliti pada perusahaan, pokok permasalahan yang penulis hadapi, maksud dan tujuan penulis melakukan praktik kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang juga sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai gambaran umum PT *Smart Multi Finance*, mulai dari sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, logo, produk yang dipasarkan, kegiatan usaha, dan struktur organisasi PT *Smart Multi Finance*, serta landasan teori yang berkaitan dengan laporan magang yang telah penulis susun.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini penulis membahas mengenai pelaksanaan kerja magang yang dijalani penulis di PT *Smart Multi Finance* yang di antaranya berisi kedudukan dan koordinasi penulis selama menempuh praktik kerja magang, tugas yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang, uraian pelaksanaan kerja magang yang penulis jalani, kendala yang dihadapi penulis selama pelaksanaan kerja magang, serta solusi atas kendala yang penulis temukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai kesimpulan yang penulis dapatkan selama melaksanakan praktik kerja magang di PT *Smart Multi Finance*, serta bab ini berisikan saran yang diberikan penulis untuk pengembangan perusahaan di waktu yang akan datang.