

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk yang dikenal sebagai Adira Finance merupakan salah satu perusahaan pembiayaan yang terkemuka di Indonesia. Adira Finance didirikan pada tahun 1990 dan beroperasi pada tahun 1991. Adira Finance sejak awal memiliki komitmen untuk menjadi perusahaan pembiayaan yang terkemuka dan terbaik di Indonesia. Terdapat beragam pembiayaan yang disediakan oleh Adira Finance diantaranya kendaraan motor dan mobil baru ataupun bekas. Selain itu Adira Finance kini juga menyediakan beragam pembiayaan lain seperti pembiayaan rumah (elektronik, furniture, dan lainnya), perjalanan umroh, dan dana multiguna.

Melihat perkembangan perusahaan yang semakin pesat maka Adira Finance melebarkan sayapnya dengan mengembangkan platform *e-commerce* yang digunakan untuk pembiayaan dana multiguna jasa yakni *dicicilaja.com*, *marketplace* jual beli kendaraan *momobil.id*, dan *momotor.id* yang hadir di tahun 2018. Kemudian Adira Finance juga menghadirkan inovasi pada bidang digital yakni *adiraku* yang merupakan aplikasi yang dapat digunakan konsumen untuk dapat bertransaksi secara *realtime* pada 20 Februari 2020. Per tanggal 13 November 2021, Adira Finance juga resmi meluncurkan versi terbaru dari aplikasi tersebut menjadi versi *adiraku 2.0*. Kemudian, per tanggal 30 September 2021, Adira Finance telah mengoperasikan 439 jaringan usaha di seluruh Indonesia dengan dukungan dari 17 ribu karyawan guna melayani 2 juta konsumen dengan total piutang yang dikelola adalah sebesar Rp 39,9 triliun.

Adira Finance sudah berhasil mendapatkan pemeringkat *idAAA* yang merupakan pemeringkat tertinggi yang diberikan oleh Pefindo pada tahun 2014. Pada tahun 2021 Adira Finance juga dapat mempertahankan peringkat *investment grade* yakni *Baa2* oleh Moody's dan *BBB* oleh Fitch yang keduanya merupakan peringkat internasional. Adira Finance menjadi lebih kuat dalam kemampuannya

sebagai perusahaan pembiayaan untuk mengakses sumber pendanaan baru yang lebih kompetitif.

Saat ini Bank Danamon memiliki saham mayoritas terbesar di Adira Finance yakni sebesar 92,7%. Adira Finance menjadi bagian dari MUFG Group yang merupakan salah satu bank terbesar di dunia berkat kepemilikan saham Bank Danamon atas Adira Finance.

Adira Finance memiliki identitas dan juga janji *brand* yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia yaitu “Sahabat Setia Selamanya”. Selain itu, Adira Finance juga memiliki panggilan khusus terhadap pelanggan Adira yakni “Sahabat” yang memiliki arti “Saya Hadir Buat Anda Tersenyum” dan panggilan terhadap karyawannya yakni “Gardira”.

2.1.1 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk



(Sumber aset *Internal Communication* Adira Finance, 2021)

Font dari logo yang digunakan oleh Adira Finance adalah Gotham Family dengan alternatif font Arial. Logo dari Adira Finance dengan menggunakan gaya *italic* menggambarkan Adira Finance yang dinamis mengikuti perkembangan pasar. Dinamis juga didukung dengan elemen segitiga yang menunjuk ke arah kanan di sebelah huruf “A”. Segitiga menggambarkan Adira Finance yang berinovasi memenuhi kebutuhan pelanggan. Hitam menjadi warna utama yang menunjukkan bahwa Adira Finance merupakan perusahaan yang profesional, kredibel, dan memberikan kesejahteraan. Kuning menggambarkan Adira Finance sebagai perusahaan yang optimis dan mempunyai semangat untuk terus maju.

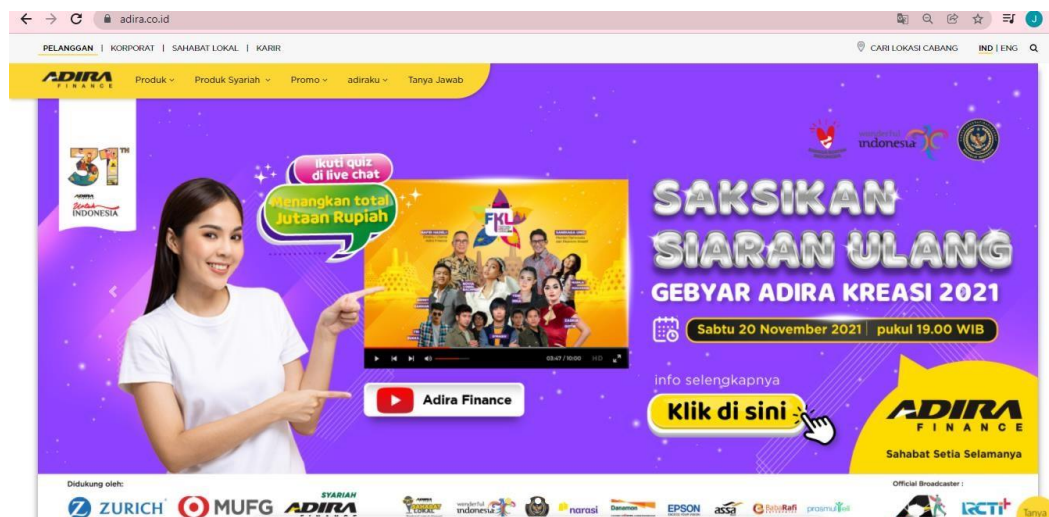
2.1.2 Visi dan Misi PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk

Adira Finance memiliki visi untuk “Menciptakan Nilai Bersama untuk Meningkatkan Kesejahteraan” dan memiliki misi untuk “Menyediakan beragam solusi keuangan sesuai dengan kebutuhan setiap pelanggan melalui sinergi dengan ekosistem.”

2.1.3 Website PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk

Website resmi Adira Finance adalah adira.co.id. Terdapat empat sub-website yang dapat diakses oleh umum yakni Pelanggan, Korporat, Sahabat Lokal, dan Karir. Pada bagian Pelanggan terdapat informasi lengkap seputar produk dan kebutuhan informasi kepada pelanggan. Kemudian, pada bagian Korporat menjelaskan seputar perusahaan dan data perusahaan. Pada bagian Sahabat lokal terdapat informasi yang menjelaskan hasil kegiatan dari CSR Adira Finance. Terakhir pada bagian Karir dijelaskan seputar lowongan karir yang terbuka di Adira Finance.

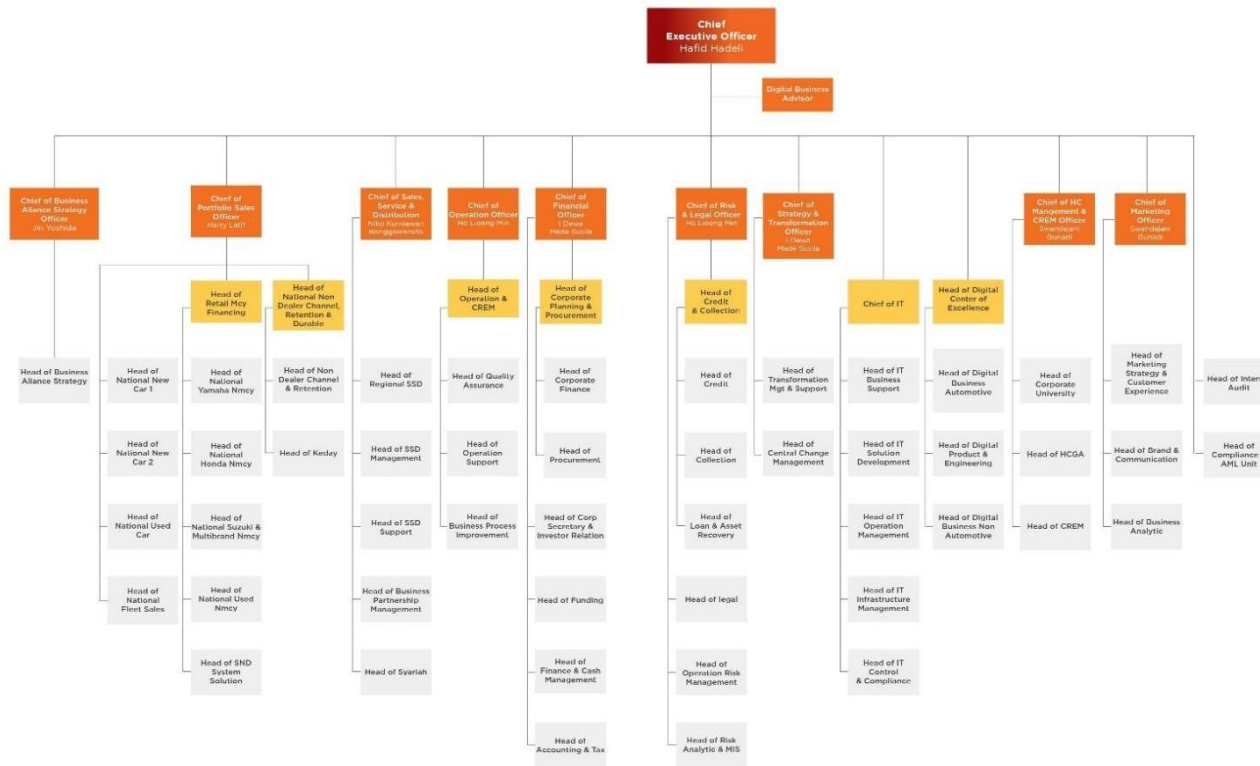
Gambar 2.2 Website PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk



(Sumber adira.co.id, 2021)

2.2 Struktur Organisasi PT Adira Dinamika Multi Finance

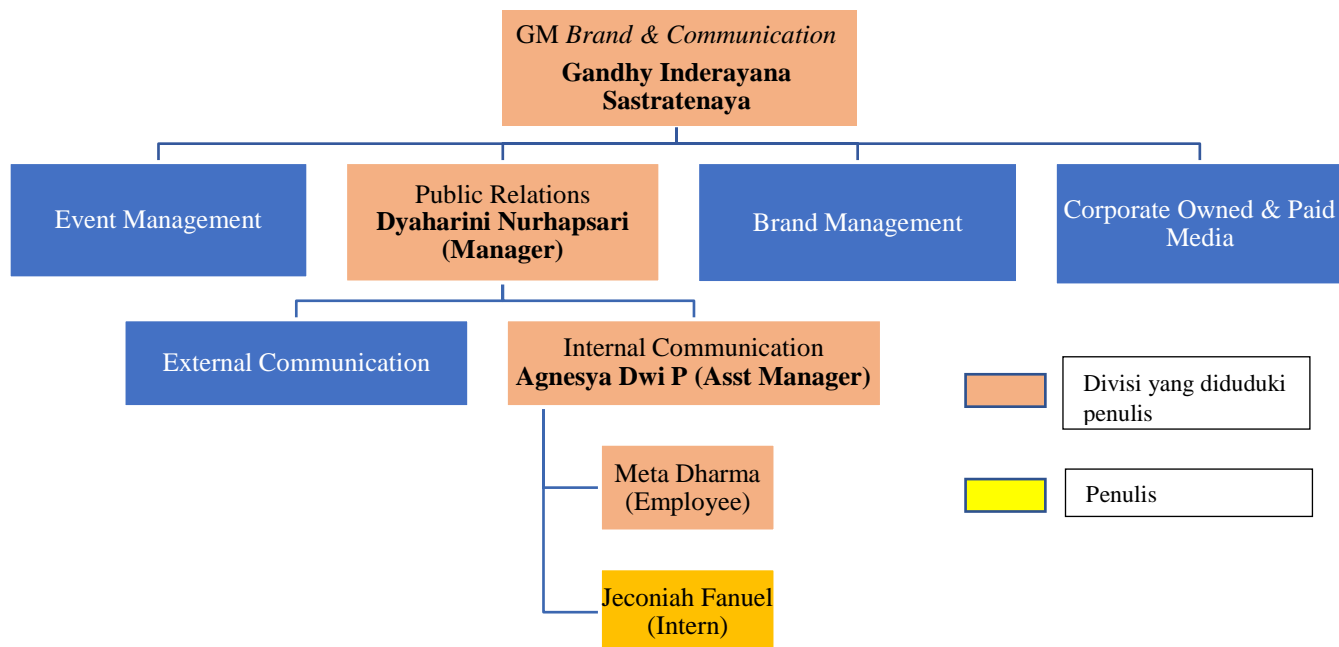
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk



(Sumber adira.co.id, 2021)

2.2.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Gambar 2.4 Struktur Divisi *Brand & Corporate Communication* Adira Finance



(Sumber Olahan Penulis, 2021)

Pada bagan struktur di atas, maka sub divisi *Public Relations* berada di bawah divisi *Brand & Corporate Communication* yang memperlihatkan departemen *Internal Communication* berada di bawah *Public Relations* dan penulis menjadi bagian dari *intern Internal Communication*. Departemen *Internal Communication* dalam lingkup divisi *Brand & Communication* memiliki *jobdesk* sebagai berikut:

1. Menjalankan komunikasi satu arah kepada Gardira mengenai aktivasi program, produk, dan kegiatan yang dijalankan melalui media WA *blast*, *e-mail blast*, IG @ceritagardira, dan Facebook @ceritagardira.
2. Menjalankan kegiatan komunikasi dua arah dengan Gardira melalui aktivitas IG Live bernama NGOPI setiap bulannya.
3. Mengelola Gardira Influencer baik dari pembuatan konten *dummy* untuk setiap *campaign* yang akan dijalankan, *review* materi video/foto yang telah dibuat Gardira Influencer agar sesuai *branding* Adira Finance, melakukan

revisi, approval konten, membuat laporan kinerja Gardia Influencer, dan membuat kompetisi agar Gardira Influencer lebih aktif.

4. Membuat konten gamification seri komik sebagai bentuk konten untuk menyebarluaskan informasi produk, program, dan kegiatan Adira Finance kepada karyawan.
5. Membuat *caption* untuk melengkapi *key visual* saat akan disebarakan melalui *e-mail blast* dan *WA blast*.
6. Membuat laporan hasil kinerja konten yang telah di *blast* atau *post* di media sosial.

Adapun dari *Head of Public Relations* berperan sebagai pihak yang menyetujui segala program kerja departemen *internal* dan *external communication*, menjadi jembatan komunikasi dengan kepala divisi lain maupun BOD. Kemudian, *Head Internal Communication* dan *Head External Communication* berperan sebagai peninjau yang bertanggung jawab terhadap kegiatan yang dijalankan. Pada alur komunikasi yang dijalankan sudah baik. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana setiap bentuk komunikasi yang keluar dan masuk antara departemen selalu melalui *Head Internal Communication*.