

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang WOM Finance

2.1.1 Sejarah Singkat WOM Finance

PT Wahana Ottomitra Multiartha Tbk atau WOM Finance didirikan pada tahun 1982 dan bermula dengan nama PT Jakarta Tokyo Leasing yang menyediakan pembiayaan sepeda motor, khususnya merek Honda. Perubahan nama PT Jakarta Tokyo Leasing menjadi PT Wahana Ottomitra Multiartha Tbk diawali pada tahun 2000, kemudian mulai merambah pada pembiayaan sepeda motor merek selain Honda, namun juga melayani merek sepeda motor lainnya yang berasal dari Jepang, seperti Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Pada tahun 2005, melalui dedikasi yang kuat dari para karyawan, WOM Finance berhasil menjadi bagian dari Maybank Indonesia dengan akuisisi kepemilikan saham Perseroan sebesar 43%. Sebagai salah satu perusahaan pembiayaan multiguna terkemuka di Indonesia, pada tahun 2015, PT Bank Maybank Indonesia Tbk kemudian memutuskan untuk menjadi *standby buyer* WOM Finance dengan kepemilikan saham yang meningkat menjadi 67,49%.



Gambar 2.1 Logo WOM Finance

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

WOM Finance terletak di area Altira Business Park dan telah berdiri sejak 23 Maret 1982. Terdapat lima produk WOM Finance yang dapat membantu keuangan konsumen hingga dapat menyesuaikan kebutuhan konsumtif para konsumen, yaitu Motor Baru, MotorKu, MobilKu, MASKu, dan HajiKu.

Di tengah maraknya perusahaan pembiayaan yang menghadapi keadaan gulung tikar dikarenakan imbas dari pandemi COVID-19, WOM Finance justru berhasil melalui masa krisis tersebut dan memperkuat posisinya melalui beradaptasi dengan keadaan dan berinovasi dengan mempermudah transaksi pembayaran angsuran tanpa harus melakukan tatap muka melalui adopsi digitalisasi penggunaan QRIS atau kode QR dan bekerja sama dengan beberapa *platform* marketplace seperti Tokopedia dan Bukalapak (Nurcahyadi, 2020). Semenjak itu, WOM Finance semakin berkembang dengan memfasilitasi berbagai kemudahan dan inovasi lainnya untuk kenyamanan konsumen, salah satu inovasi tersebut adalah kehadiran aplikasi KAWAN.

KAWAN adalah aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam mengajukan pembiayaan dan mengakses berbagai layanan, informasi, serta produk-produk yang dimiliki oleh WOM Finance dengan lebih cepat dimanapun dan kapanpun. Tujuan dari dibuatnya aplikasi KAWAN untuk memberikan kemudahan atau efisiensi dalam meningkatkan loyalitas para konsumen maupun pelanggan WOM Finance melalui berbagai penawaran menarik, seperti *loyalty points* yang dapat ditukar menjadi *voucher* diskon, melakukan *top up* pembiayaan, mempermudah konsumen dalam menghubungi WOM Finance melalui berbagai *platform* seperti Gmail, *hotline*, maupun WhatsApp Keyla selaku *Customer Care* WOM Finance, melakukan simulasi pembiayaan maupun mengajukan pembiayaan, memonitor pengajuan pembiayaan, mencari lokasi cabang terdekat, akses yang lebih mudah untuk melihat informasi terbaru tentang WOM Finance, publikasi artikel terbaru, hingga promo-promo yang sedang berlangsung.

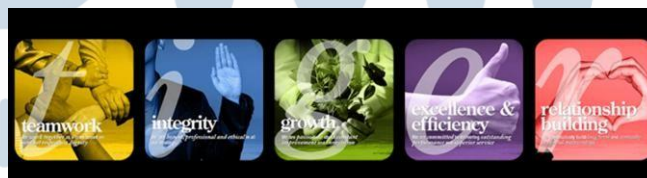


Gambar 2.2 Logo Aplikasi KAWAN
Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Sistematika pengumpulan *loyalty points* dilakukan melalui transaksi pengajuan pembiayaan terlebih dahulu. Setelah selesai mengajukan pembiayaan, konsumen akan mendapatkan *loyalty points* dan bertanggung jawab membayar angsuran dari pembiayaan yang sudah diajukan. Konsumen akan menggunakan *top up* pembiayaan untuk membayar angsuran, kemudian *loyalty points* dapat digunakan sebagai potongan untuk pembayaran angsuran tersebut. Tidak hanya sebatas *loyalty points* yang dapat dikumpulkan dan dijadikan *voucher* diskon pada aplikasi KAWAN, namun juga terdapat berbagai promo eksklusif lainnya yang umumnya diinformasikan melalui berbagai *platform* media sosial WOM Finance, tampilan *home* pada aplikasi KAWAN, dan dapat digunakan oleh konsumen ketika melakukan pengajuan pembiayaan pada aplikasi KAWAN.

2.1.2 Nilai Inti

WOM Finance berpegang teguh pada 5 nilai inti, yaitu *Teamwork*, *Integrity*, *Growth*, *Excellence & Efficiency*, *Relationship Building* yang disingkat menjadi TIGER.



Gambar 2.3 Nilai Inti WOM Finance
Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Penjelasan dari nilai inti TIGER adalah sebagai berikut :

1. (T)eamwork, yang menegaskan kerja sama sebagai satu tim didasari dengan nilai saling menghargai dan rasa kebanggaan.
2. (I)ntegrity, yang menegaskan bahwa kejujuran dan sikap profesional dilandaskan dengan moral dalam setiap kegiatan usaha.
3. (G)rowth, yang menegaskan keinginan kuat untuk melakukan peningkatan dan pembaharuan secara konsisten.
4. (E)xcellence & Efficiency, yang menegaskan komitmen dalam menghasilkan kinerja sempurna dan pelayanan prima.
5. (R)elationship Building, yang menegaskan kesinambungan membangun hubungan kerja sama berjangka panjang dan saling menguntungkan.

2.1.3 Tagline dan Slogan Perusahaan

Tagline WOM Finance adalah “Ke WOM Aja”, sedangkan slogan dari WOM Finance adalah “Membuka Harapan”. Tagline cenderung singkat dan bersifat imperatif dengan kata perintah (Simanjuntak *et al.*, 2024). Tujuan utamanya untuk mempermudah dalam meningkatkan *brand awareness* dan mengajak para konsumen untuk melakukan tindakan, yaitu ke WOM Finance sebagai solusi pembiayaan multiguna mereka dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Didukung dengan slogan “Membuka Harapan”, slogan cenderung fokus terhadap para konsumen dan nilai produk-produk WOM Finance, di mana WOM Finance ingin meyakinkan konsumen bahwa mereka dapat segera mendapatkan solusi dari WOM Finance yang selalu membuka harapan dengan menjawab segala kebutuhan hidup dan impian para konsumen.

Implementasi dari tagline dan slogan ini diterapkan oleh WOM Finance supaya dapat membangun *brand image* sebagai perusahaan pembiayaan multiguna yang memiliki pelayanan cepat, selalu siap sedia melalui pembiayaan dengan transaksi yang mudah, aman, terpercaya, dan dapat dijangkau dimanapun dan kapanpun untuk proses transaksinya.

2.1.4 Produk Perusahaan

WOM Finance adalah perusahaan pembiayaan multiguna dengan beragam produk yang menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen, seperti modal usaha, modal renovasi rumah, dana pendidikan, modal untuk pernikahan, pembiayaan dengan sistem syariah untuk cicilan emas, hingga mengamankan porsi haji. Berikut adalah produk-produk dari WOM Finance :

1. MotorKu : MotorKu merupakan produk untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan konsumen melalui jaminan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), dan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK).
2. Motor Baru : Motor Baru merupakan produk pembiayaan pembelian motor baru secara kredit dengan berbagai pilihan merek motor.
3. MobilKu : MobilKu merupakan produk untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan konsumen melalui jaminan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), dan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK).
4. MASKu : MASKu merupakan produk yang menyediakan pembelian emas dengan sistem cicilan dan berprinsip syariah.
5. HajiKu : HajiKu merupakan produk pembiayaan yang memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan naik haji dengan mengamankan porsi haji hingga konsumen mendapatkan porsi hajinya.

2.2 Visi Misi WOM Finance

2.2.1 Visi

WOM Finance berkomitmen untuk menjadi salah satu perusahaan pembiayaan terbaik di negara Indonesia dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik.

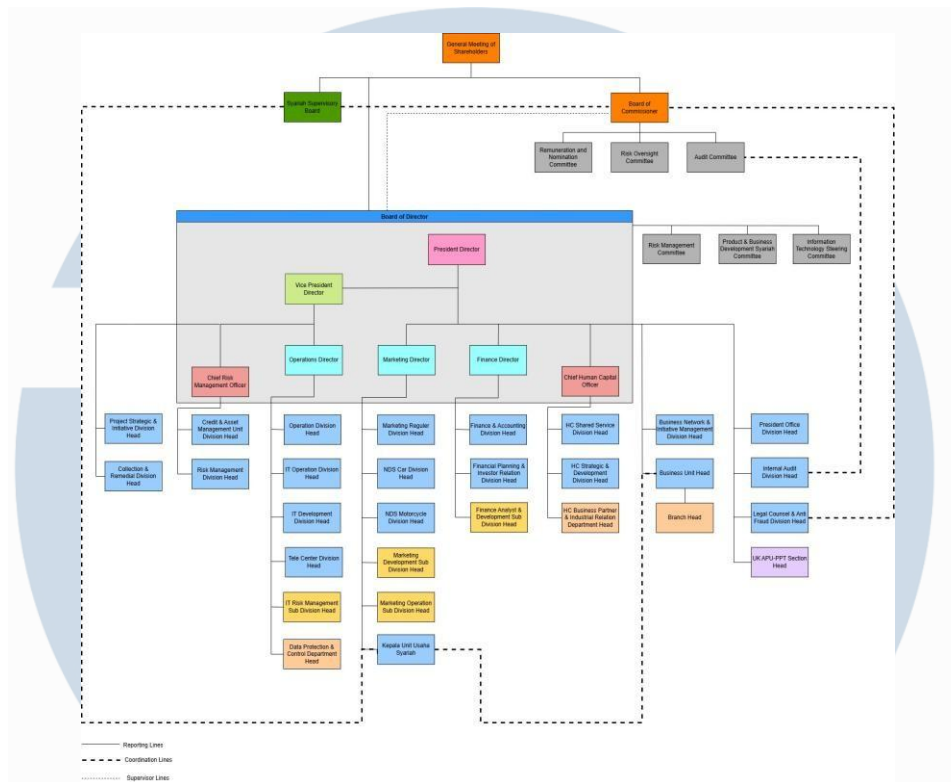
2.2.2 Misi

WOM Finance berkomitmen untuk mengutamakan kepuasan konsumen dan mitra kerja lainnya, membangun infrastruktur berbasis IT untuk melaksanakan proses yang baik, pengembangan dan perluasan jaringan usaha terutama di daerah potensial, dan mengoptimalkan kinerja perusahaan.

2.3 Struktur Perusahaan WOM Finance

WOM Finance dipimpin oleh Djaja Suryanto Sutandar sebagai Presiden Direktur dan Njauw Vido Onadi sebagai Wakil Presiden Direktur. Terdapat Anthony Yuarez Panggabean sebagai *Operation Director* dengan kinerja yang diawasi oleh Wakil Presiden Direktur dan Wibowo sebagai *Marketing Director* serta Cincin Lisa Hadi sebagai *Finance Director* dengan kinerja yang diawasi oleh Presiden Direktur.

Selain itu, terdapat Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah yang bertanggung jawab untuk memberikan nasihat dan mengawasi kebijakan direksi terhadap pengelolaan perusahaan. Dewan Komisaris dipimpin oleh Sarastri Baskoro sebagai Presiden Komisaris, Thilagavathy Nadason serta Taufik Aulia sebagai Komisaris, dan Rallyati A. Wibowo serta Myrnie Zachraini Tamin sebagai Komisaris Independen. Sedangkan Dewan Pengawas Syariah dipimpin oleh Dr. Abdul Jabar Majid, MA sebagai Ketua dan Ir. H. Muhammad Nadrattuzaman Hosen, MS.,MEc., Phd sebagai Anggota. Berikut adalah struktur perusahaan WOM Finance :

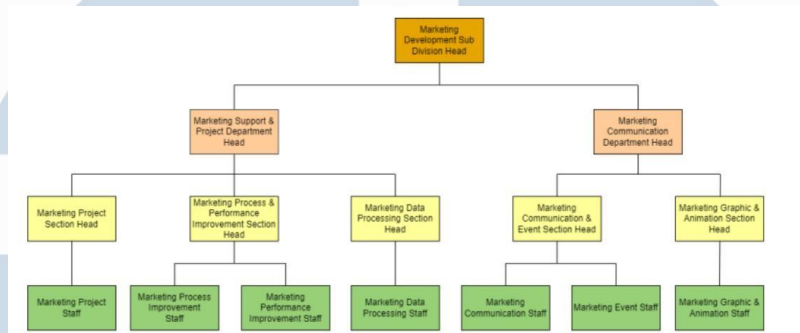


Gambar 2.4 Struktur Perusahaan WOM Finance

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pemagang berkesempatan menjalani praktik kerja magang di departemen *Marketing Development* yang dipimpin oleh *Marketing Development Sub Division Head*, di bawah seorang *Marketing Communication Department Head*, seorang *Marketing Communication and Event Section Head*, dan seorang *Marketing Graphic and Animation Section Head*. Pemagang bekerja sama dengan departemen *Marketing Communication* yang terdiri dari *Marketing Graphic and Animation Staff*, *Marketing Event Staff*, dan *Marketing Communication Staff* untuk pengelolaan konten media sosial, pembuatan artikel, dan operasional *event* tertentu sampai dengan tahap eksekusi. Berikut adalah struktur departemen *Marketing Development* dengan penjelasan tanggung jawabnya :

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.5 Struktur Departemen *Marketing Development*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

1. *Marketing Development Sub Division Head*

Bertanggung jawab dalam merencanakan dan menentukan strategi *Marketing Development Sub Division* yang berkaitan dengan pengembangan portofolio *Marketing* melalui tinjauan tren pemasaran, pembentukan standar kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) *Marketing*, implementasi program, *event*, dan promosi secara digital dan non-digital di setiap kantor jaringan perusahaan untuk mendukung pencapaian sasaran *Marketing* secara nasional.

2. *Marketing Support and Project Department Head*

Bertanggung jawab dalam melakukan perencanaan sistem serta *business product marketing*, memastikan analisa data-data *Marketing* tepat sasaran, sehingga dapat menentukan strategi *Marketing* yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

3. *Marketing Communication Department Head*

Bertanggung jawab atas pengelolaan pengembangan program komunikasi dan *branding product marketing* agar berjalan secara efektif serta memastikan pemenuhan kebutuhan material promosi berjalan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan dan melakukan *control monitoring* atas seluruh biaya *advertising* yang ada di *Marketing* sehingga dapat mendorong optimalisasi pencapaian target *Marketing*.

4. *Marketing Project Section Head*

Bertanggung jawab dalam melakukan persiapan perencanaan *project* baru maupun *existing* yang bersifat sistem, non-sistem, dan *product* dengan melakukan analisa dan riset market, koordinasi dengan pihak-pihak terkait, memberikan pelatihan ke *user*, hingga melakukan evaluasi terhadap *project* yang telah terimplementasi, sehingga dapat mendorong produktivitas dan profit perusahaan.

5. *Marketing Process and Performance Improvement Section Head*

Bertanggung jawab dalam menyajikan analisa laporan kondisi penjualan, laporan produktivitas, dan pencapaian kinerja *Marketing* dari skala individu, Cabang dan *Business Unit*, melakukan evaluasi pola kerja dan pemahaman kerja tim *Marketing* serta mengusulkan program ataupun *project* guna meningkatkan dan mendorong produktivitas tim *Marketing* secara signifikan.

6. *Marketing Data Processing Section Head*

Bertanggung jawab dalam melakukan analisa dan riset market terkait pengembangan produk, program dan tren *Marketing* dalam pengembangan perluasan pasar, serta perancangan sistem dan *business process* yang efektif sehingga dapat mendorong produktivitas dan profit perusahaan.

7. *Marketing Communication and Event Section Head*

Bertanggung jawab dalam melakukan analisa dan memberikan rekomendasi terkait pengembangan dan pelaksanaan *event offline Marketing* dalam upaya mendukung perluasan market dan peningkatan *brand awareness* perusahaan melalui kegiatan promosi *Above The Line*, *Below The Line*, dan kebutuhan material promosi yang tepat dan sesuai.

8. *Marketing Graphic and Animation Section Head*

Bertanggung jawab untuk memastikan penyusunan konsep konten *Marketing* dan penyediaan konten grafis, animasi, dan video sesuai dengan sasaran perusahaan dalam mendukung efektivitas konten promosi, *branding* produk perusahaan di *website* dan media sosial perusahaan secara optimal.

9. *Marketing Project Staff*

Bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan persiapan perencanaan pembuatan *project marketing* berupa menyediakan data-data yang dibutuhkan, penyelenggaraan *meeting* koordinasi, kelengkapan dokumentasi, penyusunan modul, dan menyiapkan laporan-laporan pelaksanaan implementasi *project* agar setiap *project* dapat dikelola secara efektif dan efisien.

10. Marketing Process Improvement Staff

Bertanggung jawab dalam menyajikan laporan produktivitas, melakukan analisa terhadap SLA aplikasi yang digunakan oleh tim *Marketing*, serta mengusulkan program ataupun *project* guna meningkatkan dan mendorong produktivitas tim *Marketing* secara signifikan.

11. Marketing Performance Improvement Staff

Bertanggung jawab dalam menyajikan data dari analisa pencapaian kinerja *Marketing* secara kuantitas dan kualitas untuk dapat memberikan gambaran kondisi kinerja berdasarkan individu, cabang, *Business Unit* dari masing-masing *brand*.

12. Marketing Data Processing Staff

Bertanggung jawab dalam melakukan pengolahan data dan penyusunan *report* sebagai sumber data dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan bisnis, termasuk data *market share*, *sales* dan *achievement*, hingga *performance* penjualan dan *productivity* cabang guna mendorong *productivity* dan profit perusahaan.

13. Marketing Communication Staff

Bertanggung jawab dalam mengembangkan konten *Marketing* secara digital pada media sosial dan *website* perusahaan yang terstandar dan tepat sasaran untuk mendukung efektivitas promosi dan *branding* produk perusahaan, serta peningkatan *sales* perusahaan secara optimal.

14. Marketing Event Staff

Bertanggung jawab dalam melaksanakan pengembangan program sesuai dengan strategi *Marketing Funnel*, melakukan persiapan dan melaksanakan *event*

Marketing dalam skala besar dan program promosi lainnya berjalan dengan ketentuan dan target perusahaan.

15. Marketing Graphic and Animation Staff

Bertanggung jawab untuk memastikan penyusunan konsep konten *Marketing* dan penyediaan konten grafis, animasi, dan video sesuai dengan sasaran perusahaan dalam mendukung efektivitas konten promosi, *branding* produk perusahaan di *website* dan media sosial perusahaan secara optimal.

