

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT XYZ FINANCE didirikan pada bulan Mei 1989 dengan nama awal PT ABC Finance oleh salah satu grup usaha multinasional terkemuka di Indonesia. Pada tahun 1991, perusahaan mengubah nama menjadi PT XYZ FINANCE sebagai bentuk penyesuaian terhadap fokus bisnis di sektor pembiayaan konsumen, khususnya pembiayaan kendaraan bermotor merek tertentu yang didistribusikan oleh grup induk tersebut.

Sejak awal berdiri, perusahaan beroperasi sebagai bagian dari lini jasa keuangan dalam ekosistem grup induk, dengan mayoritas kepemilikan saham. Pada fase awal pengembangannya, PT XYZ FINANCE menjalankan tiga lini usaha utama, yaitu sewa guna usaha (leasing), anjak piutang (factoring), dan pembiayaan konsumen. Namun sejak tahun 1996, arah strategis perusahaan difokuskan secara penuh pada pembiayaan kendaraan roda dua, yang kemudian menjadi pilar utama pertumbuhan bisnis.

Transformasi signifikan terjadi pada tanggal 1 Mei 2013, ketika perusahaan memperkenalkan identitas merek "XYZ Finance" sebagai payung merek (umbrella brand) untuk seluruh unit bisnis pembiayaan yang dimiliki. Struktur organisasi perusahaan diubah dari pendekatan satu merek menjadi strategi multi-merek, sehingga memungkinkan ekspansi layanan ke berbagai kebutuhan konsumen.

Saat ini, PT XYZ FINANCE mengelola lima lini bisnis utama, yaitu:

1. XYZ Finance Motor: Pembiayaan kendaraan bermotor, baik baru maupun bekas.
2. XYZ Finance MPF: Pembiayaan produk elektronik, furnitur, dan peralatan rumah tangga.

3. XYZ Finance Multiguna: Pembiayaan untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif secara umum.
4. XYZ Finance Syariah: Pembiayaan berbasis prinsip syariah, termasuk untuk ibadah dan logam mulia.
5. XYZ Finance Mikro: Pembiayaan produktif yang menasar sektor usaha mikro dan kecil (UMK).

Dengan pendekatan multi-lini yang diterapkan, perusahaan mampu menjangkau berbagai segmen pasar serta memperkuat posisi strategisnya dalam industri pembiayaan nasional [9].

Dari sisi digitalisasi, PT XYZ FINANCE telah mulai mengadopsi transformasi teknologi sejak pertengahan dekade 2010-an. Langkah ini diwujudkan melalui pengembangan layanan digital terintegrasi, termasuk peluncuran aplikasi pelanggan dan chatbot interaktif pada tahun 2019. Fasilitas ini memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan secara mandiri, seperti pengecekan kontrak, status pembayaran, serta pengajuan permintaan layanan lainnya secara real-time.

Strategi pemasaran omnichannel juga telah diimplementasikan dengan mengintegrasikan kanal daring (online) dan luring (offline), guna menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih kohesif dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen [10].

Hingga akhir tahun 2023, PT XYZ FINANCE telah mengoperasikan lebih dari 240 kantor cabang dan hampir 2.000 titik layanan di seluruh wilayah Indonesia, dengan jumlah nasabah aktif yang mencapai jutaan individu.

Pada tahun yang sama, perusahaan mencatatkan kinerja keuangan tertinggi dalam sejarah operasionalnya, dengan laba bersih melebihi Rp4 triliun, serta total penyaluran pembiayaan yang mencapai lebih dari Rp42 triliun. Dengan pengalaman lebih dari tiga dekade, dukungan grup usaha yang kuat, serta inovasi berkelanjutan, PT XYZ FINANCE terus berkomitmen untuk menjadi pemimpin industri pembiayaan yang berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, PT XYZ FINANCE memiliki visi, misi, dan nilai-nilai inti yang berperan sebagai panduan strategis sekaligus menjadi fondasi budaya kerja di seluruh elemen organisasi. Visi dan misi perusahaan memberikan arah dalam perumusan strategi dan pengambilan keputusan, sedangkan nilai-nilai inti dijadikan pedoman etika serta perilaku kerja yang dijunjung tinggi dalam pelaksanaan aktivitas operasional sehari-hari.

2.1.1.1 Visi Perusahaan

Visi dari PT XYZ FINANCE adalah:

"Menjadi Pemimpin Industri yang Dikagumi Secara Nasional"

Pernyataan visi tersebut mencerminkan komitmen perusahaan untuk menjadi lembaga pembiayaan yang tidak hanya unggul dalam aspek kinerja bisnis, tetapi juga dihormati atas kontribusi positifnya terhadap masyarakat serta perkembangan industri jasa keuangan di tingkat nasional secara menyeluruh.

2.1.1.2 Misi Perusahaan

Misi dari PT XYZ FINANCE adalah:

"Membawa Kehidupan yang Lebih Baik untuk Masyarakat"

Pernyataan misi ini diwujudkan melalui penyediaan solusi pembiayaan yang dirancang untuk membantu masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan, seperti kepemilikan kendaraan, perolehan barang elektronik, pelaksanaan ibadah, hingga pengembangan usaha. Melalui misi tersebut, perusahaan menunjukkan komitmennya dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh dan berkelanjutan.

2.1.1.3 Nilai-Nilai Inti Perusahaan

Nilai-nilai inti yang dianut oleh PT XYZ FINANCE dirangkum dalam akronim TEAM, yang mencerminkan prinsip dasar dalam membentuk budaya

organisasi. Nilai-nilai ini berfungsi sebagai pedoman perilaku kerja dan pengambilan keputusan dalam setiap aktivitas operasional perusahaan.

1. Teamwork

Menjunjung tinggi kerja sama tim yang sinergis dan profesional. Kolaborasi antar individu maupun antar unit dilakukan atas dasar saling menghargai, saling percaya, dan berorientasi pada pencapaian tujuan bersama.

2. Excellence

Berkomitmen terhadap keunggulan dan perbaikan berkelanjutan. Setiap proses kerja dilaksanakan secara proaktif dan optimal untuk menghasilkan kinerja terbaik bagi seluruh pemangku kepentingan.

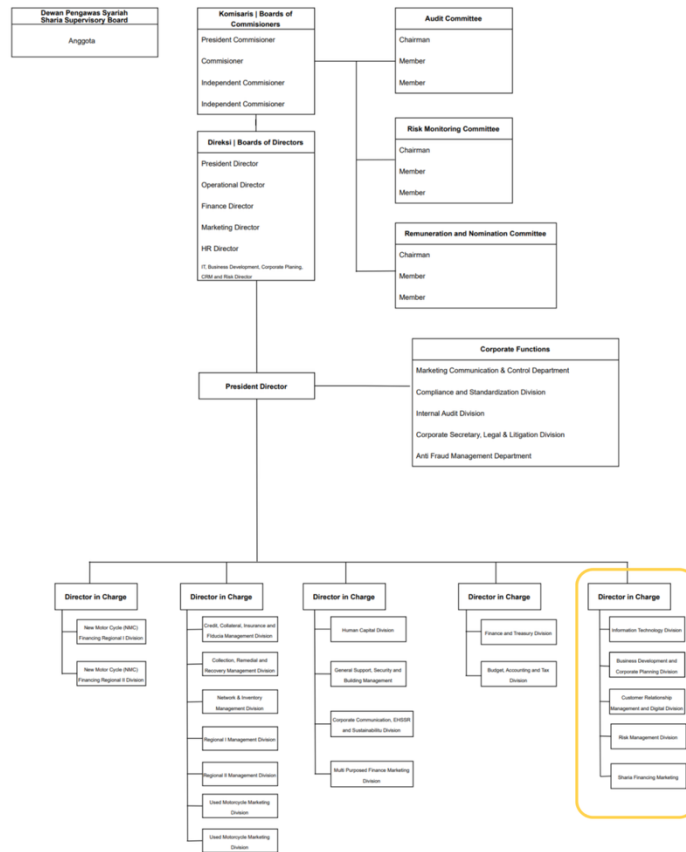
3. Achieving

Menumbuhkan semangat pencapaian kinerja yang maksimal, dengan menjunjung nilai-nilai integritas, inovasi, dan profesionalisme dalam setiap aktivitas yang dijalankan.

4. Moving Forward

Memiliki orientasi visioner dan kemampuan adaptif terhadap perubahan. Perusahaan mendorong keterbukaan terhadap peluang baru demi mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

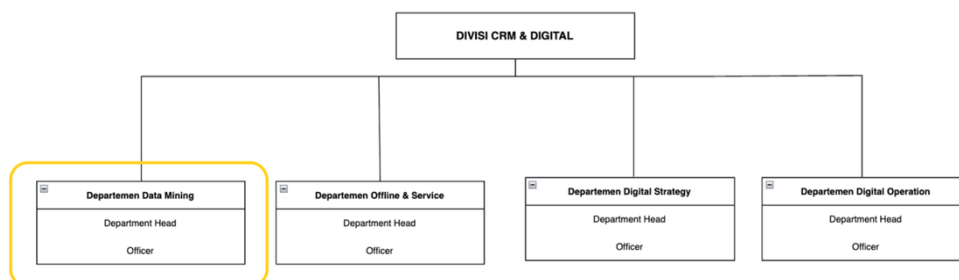


Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Umum PT XYZ FINANCE

Gambar 2.1 menunjukkan struktur organisasi resmi PT XYZ FINANCE per Mei 2024. Dalam struktur tersebut, kepemimpinan perusahaan berada di bawah Presiden Direktur yang didukung oleh jajaran Direksi serta Dewan Komisaris. Untuk menjamin tata kelola yang transparan dan akuntabel, perusahaan juga membentuk sejumlah komite pengawasan, antara lain Komite Audit, Komite Pemantauan Risiko, serta Komite Remunerasi dan Nominasi.

Pada level eksekutif, struktur organisasi membagi tanggung jawab strategis ke dalam beberapa direktorat, yang masing-masing membawahi unit-unit fungsional tertentu. Unit-unit tersebut mencakup pengelolaan pembiayaan kendaraan bermotor, perencanaan dan pengembangan bisnis, teknologi informasi, manajemen risiko, sumber daya manusia, serta pemasaran berbasis prinsip syariah.

Struktur ini mencerminkan integrasi antara fungsi strategis, operasional, dan pendukung di tingkat nasional, serta memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki sistem organisasi yang terstruktur untuk mendukung pencapaian tujuan bisnis secara efisien dan berkelanjutan.



Gambar 2. 2 Struktur Divisi CRM & Digital PT XYZ FINANCE

Gambar 2.2 menampilkan struktur internal Divisi CRM dan Digital di PT XYZ FINANCE , yang merupakan unit kerja tempat penulis melaksanakan kegiatan magang. Divisi ini memiliki peran sentral dalam mendukung inisiatif transformasi digital serta pengelolaan hubungan pelanggan berbasis data.

Divisi CRM dan Digital terdiri atas empat departemen utama dengan fokus tanggung jawab yang berbeda, yaitu:

1. Departemen Data Mining

Berfokus pada proses profiling pelanggan, pengolahan dan analisis data, serta pemeliharaan sistem aplikasi internal seperti sistem CRM, platform penjualan digital, dan pengelolaan prospek pelanggan berbasis digital. Penulis ditempatkan di departemen ini selama masa pelaksanaan magang, dan terlibat langsung dalam proyek pengelolaan serta analisis data pelanggan.

2. Departemen Offline & Service

Menangani interaksi langsung dengan pelanggan, termasuk pengelolaan pengalaman pelanggan di lini depan dan pemanfaatan berbagai kanal komunikasi layanan.

3. Departemen Digital Strategy

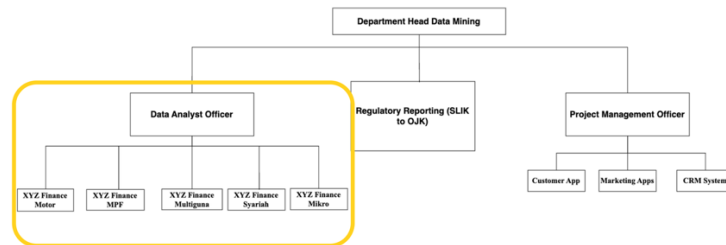
Bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial perusahaan serta optimalisasi kehadiran digital melalui strategi SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing).

4. Departemen Digital Strategy

Mengelola pengembangan dan pemeliharaan aplikasi digital internal, termasuk sistem layanan pelanggan, pemrosesan transaksi, serta pelaksanaan kampanye pemasaran berbasis digital.

Keempat departemen tersebut bekerja secara terpadu dalam mendukung strategi digital perusahaan dan berperan penting dalam penguatan relasi perusahaan dengan pelanggan. Departemen tempat penulis ditempatkan berada dalam struktur ini dan berkontribusi langsung terhadap inisiatif pengelolaan data pelanggan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 3 Struktur Internal Departemen Data Mining PT XYZ FINANCE

Gambar 2.3 memberikan gambaran struktur internal Departemen Data Mining yang berada di bawah Divisi CRM dan Digital PT XYZ FINANCE . Departemen ini dipimpin oleh seorang kepala departemen (Department Head) dan terdiri atas tiga unit utama, yaitu: Data Analyst Officer, Regulatory Reporting, dan Project Management Officer.

1. Data Analyst Officer

Unit ini bertanggung jawab atas pengolahan dan analisis data pelanggan dari berbagai lini produk yang dikelola perusahaan, termasuk pembiayaan kendaraan bermotor (XYZ Motor), elektronik dan furnitur (XYZ Multipurpose), pembiayaan multiguna, pembiayaan syariah, serta pembiayaan mikro. Penulis melaksanakan program magang di bawah unit ini, dengan fokus utama pada pengembangan sistem Two-Stage Machine Learning Lead Scoring untuk optimasi prioritas follow-up telesales. Selain itu, penulis juga berkontribusi dalam pengembangan pipeline data untuk aplikasi XYZ FINANCE SUPERAPP, pembuatan aplikasi validasi data nasabah berbasis Streamlit, serta analisis dealer scoring dan competitive portfolio. Seluruh output yang dihasilkan digunakan oleh tim operasional telesales, tim promosi, dan stakeholder bisnis untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

2. Regulatory Reporting (SLIK to OJK)

Unit ini bertugas dalam penyusunan dan penyampaian laporan data kepada otoritas eksternal, khususnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kegiatan utama mencakup proses validasi, koreksi, serta pengiriman data secara periodik sesuai dengan ketentuan dan standar pelaporan yang berlaku.

3. Project Management Officer

Unit ini mengelola pengembangan serta pemeliharaan sistem digital internal perusahaan. Ruang lingkupnya mencakup sistem aplikasi pelanggan (customer app), sistem kampanye pemasaran digital (marketing apps), serta sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM system). Selain itu, unit ini juga bertanggung jawab atas pelaksanaan kampanye komunikasi pelanggan, seperti pengiriman email massal dan notifikasi aplikasi.

Melalui keterlibatan langsung di unit analisis data, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam pengelolaan data berskala besar, penyusunan insight, serta kontribusi dalam proses pengambilan keputusan berbasis data di lingkungan kerja profesional.