

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PT. BFI FINANCE

#### 2.1. Sejarah Perusahaan

PT BFI Finance Indonesia, Tbk. (BFI) yang didirikan pada tahun 1982 sebagai perusahaan patungan dengan *Manufacturer Hanover Leasing Corporation* (MHLC), Amerika Serikat. BFI juga berperan sebagai lembaga pembiayaan untuk memberikan permodalan bagi masyarakat, kemudian pada tahun 1990, BFI mendapatkan izin sebagai perusahaan Multi Finance, dari sebelumnya hanya sebagai perusahaan *leasing*; kemudian berganti nama menjadi PT. Bunas Finance Indonesia. BFI mulai melebarkan sayap di bidang *leasing* (sewa guna usaha), *consumer financing* (pembiayaan konsumen) ([www.bfi.co.id](http://www.bfi.co.id), 2018).

Setelah melaksanakan restrukturisasi keuangan antara tahun 1998 hingga 2000 sebagai akibat dari krisis ekonomi yang terjadi di Asia termasuk Indonesia. BFI menyelesaikan proses restrukturisasi keuangan tersebut pada tahun 2001, dan mendapat dukungan yang besar dari para pemegang saham baru. Sebagai dampaknya BFI tumbuh menjadi perusahaan dengan neraca yang sehat dan bersih, didukung oleh para profesional yang mempunyai kemampuan di bidangnya, dan memiliki jaringan bisnis yang luas dalam mengejar peluang bisnis baru di Indonesia. Lebih lanjut, bisnis BFI beralih ke pembiayaan mobil bekas baik untuk produktif maupun komersial, terutama bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) maupun wirausaha. Strategi tersebut dinilai berhasil, terbukti dengan peningkatan

pertumbuhan perusahaan, performa keuangan yang sehat dan kualitas kredit yang baik ([www.bfi.co.id](http://www.bfi.co.id), 2018).

Per Maret 2008, BFI memiliki lebih dari 60 cabang yang tersebar diseluruh Indonesia, dan didukung oleh lebih dari 1,300 karyawannya, BFI mampu mendapatkan dan memproses aplikasi serta menagih piutang secara efisien dan terbukti dengan beberapa penghargaan PT BFI Finance Indonesia Tbk (“BFI”) adalah perusahaan pembiayaan, yang menawarkan kepada para pelanggannya berbagai rangkaian produk jasa keuangan dalam bentuk sewa guna usaha dan pembiayaan konsumen dengan jangkauan pelayanan hampir disebagian besar propinsi di Indonesia. Untuk dapat memenuhi peran tersebut BFI senantiasa memelihara kepercayaan dengan para pemegang saham, karyawan, pelanggan dan stakeholder lainnya secara profesional dan berintegritas serta bertindak dengan penuh kehati-hatian. Untuk mencapai keberhasilan, diperlukan tingkat perilaku yang dapat diterima semua pihak. Prinsip-prinsip berusaha yang tercantum dalam pedoman ini menetapkan standar perilaku tersebut ([www.bfi.co.id](http://www.bfi.co.id), 2018).

Pedoman Prinsip-Prinsip Berusaha ini berlaku bagi seluruh kegiatan BFI baik di pusat maupun dikantor-kantor cabang, serta bagi setiap karyawannya. Semua pihak yang berwenang didalam BFI mempunyai kewajiban untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip ini dikomunikasikan secara lengkap kepada karyawannya untuk ditaati dengan sungguh-sungguh. terkait dengan pencapaian tersebut. Produk-Produk di PT BFI Finance Indonesia yang banyak di minati konsumen adalah dana ekspres yang merupakan Pembiayaan konsumen yang bergerak di dalam pemberian kredit dalam bentuk dana untuk memenuhi kebutuhan

atas pengadaan barang yang di inginkan oleh konsumen dengan sistem pembayaran secara angsuran, di mana Konsumen yang membutuhkan pinjaman dana diwajibkan untuk menyerahkan BPKB Mobil sebagai jaminan. Produk dana expres ini sangat membantu bagi konsumen karena dengan syarat-syarat yang mudah dana yang di berikan dapat langsung di terima oleh konsumen dalam waktu satu (1) hari apabila prosedur dan syarat-syarat di penuhi oleh konsumen. Seiring perkembangan perusahaan serta masyarakat luas lebih sering menyebut BFI, maka pada tahun 2001, PT Bunas Finance Indonesia Tbk resmi menggunakan nama perusahaan menjadi PT BFI Finance Indonesia Tbk ([www.bfi.co.id](http://www.bfi.co.id), 2018).

## **2.2 Visi dan Misi PT. BFI Finance Indonesia**

### **Visi :**

Menjadi mitra solusi keuangan yang terpercaya yang turut berkontribusi terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat

### **Misi :**

1. Menyediakan solusi keuangan yang terpercaya dan efektif kepada pelanggan kami
2. Mencapai tingkat pengembalian modal yang superior dan mempertahankan reputasi kami sebagai perusahaan publik terpercaya
3. Menyediakan lingkungan komunitas yang mendidik para pemimpin masa depan dari organisasi
4. Membangun hubungan kerja sama jangka panjang dengan mitra bisnis kami berdasarkan saling percaya dan menguntungkan

5. Memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat

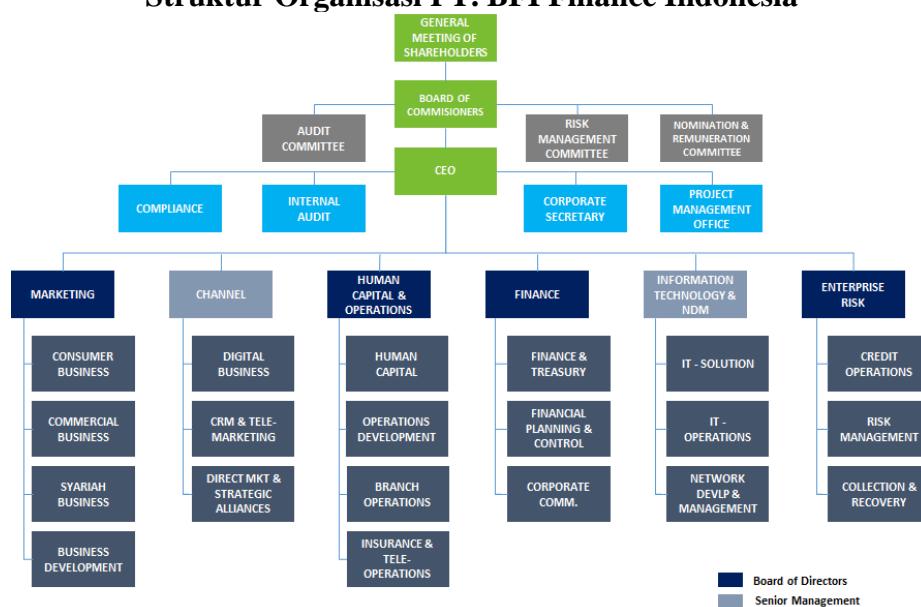
### 2.3 Nilai-Nilai Inti PT. BFI Finance Indonesia

Perusahaan mempunyai nilai-nilai inti yang harus dipahami dengan baik dan ditegakkan sebagai budaya perusahaan. Nilai-nilai dasar ini dikenal sebagai "GREAT", yang merupakan singkatan Giat Memperbaiki Diri Secara Berkesinambungan, Realisasikan Saling Menghormati dan Peduli, Ekstra Layanan kepada Pelanggan Internal dan Eksternal, Absolut dan Integritas, dan Tim Kerja yang Solid dan Saling Percaya. Pemahaman dan kepatuhan akan budaya perusahaan sangat penting untuk mempertahankan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

### 2.4 Struktur Organisasi PT. BFI Finance Indonesia

Struktur organisasi PT. BFI Finance adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi PT. BFI Finance Indonesia**



## **1. General Meeting Of Shareholders**

Hak pemegang saham untuk mengambil keputusan atas hal-hal Perusahaan dilaksanakan pada Rapat Umum Pemegang Saham yang diselenggarakan dengan tepat oleh pemegang saham yang hadir atau oleh perwakilan resmi mereka.

## **2. Board of Commisioners**

Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPS. Peran Komisaris Utama adalah mengkoordinasikan kegiatan untuk Dewan Komisaris. Peran Dewan Komisaris secara kolektif mengawasi manajemen Perusahaan, memberikan masukan mengenai kebijakan manajemen Perusahaan yang dibuat oleh Direksi. Dewan Komisaris terus memantau efektivitas kebijakan Perusahaan. Kinerja Direksi proses pengambilan keputusan mereka termasuk penerapan strategi. Dibuat untuk memenuhi harapan Pemegang Saham dan pemangku kepentingan lainnya. Hasil pemantauan tersebut dilampiri dengan review dan pendapat dari Dewan Komisaris, kemudian akan diserahkan kepada RUPS sebagai komponen untuk mengevaluasi kinerja Direksi.

## **3. CEO**

Mengelola keseluruhan operasi perusahaan, termasuk pengembangan produk, pemasaran, komunikasi, dan logistik. Mengembangkan dan menyetujui strategi untuk memenuhi kebutuhan investor, konsumen, dan karyawan. Berkomunikasi dengan orang-orang di dalam dan di luar perusahaan untuk

menemukan apa kebijakan, produk, dan strategi pemasaran akan membantunya bergerak maju. Membuat keputusan penting yang memengaruhi arah perusahaan dan karyawannya.

#### **4. Marketing**

Memasarkan produk dengan mengembangkan dan mengimplementasikan kampanye pemasaran dan iklan; melacak data penjualan; memelihara persediaan materi promosi; rapat perencanaan dan pameran dagang; memelihara database; menyiapkan laporan.

#### **5. Channel**

Channel Manajer bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mempertahankan channel penjualan baru. Mereka membangun hubungan kerja yang baik dengan reseller, chain outlet, dan cabang lain di dalam dan luar negeri. Mereka bekerja langsung dengan departemen internal perusahaan untuk pengembangan channel program.

#### **6. Human Capital & Operations**

Manajer Operasional Bisnis Sumber Daya Manusia (HR) bertanggung jawab atas koordinasi dan implementasi proses bisnis SDM yang efektif dan konsisten, fungsi dan prosedur serta memonitor proyek dan alur kerja SDM. Secara teratur dan secara terus menerus, latihan penilaian administratif pada pembentukan departemen tujuan operasi, standar, kebijakan dan prosedur.

## **7. Finance**

Memfasilitasi dan meningkatkan praktik dan prosedur keuangan dalam suatu perusahaan atau organisasi. Memastikan kepatuhan seorang karyawan terhadap peraturan dan undang-undang keuangan.

## **8. Information technology & NDM**

Maintains strategi teknologi informasi dengan mengelola staf; meneliti dan menerapkan solusi strategis teknologi.

## **9. Enterprise Risk**

Mengembangkan, memelihara, mengelola, dan menjalankan proses komprehensif untuk mengidentifikasi, menilai, memitigasi, memantau dan melaporkan risiko yang mungkin berdampak pada kinerja organisasi.

### **2.5 Produk PT. BFI Finance Indonesia**

Produk-Produk di PT BFI Finance Indonesia di Semarang, adalah sebagai berikut :

#### **1. DE (Dana Exspress)**

Adalah Pembiayaan konsumen yang bergerak di dalam pemberian kredit dalam bentuk dana untuk memenuhi kebutuhan atas pengadaan barang yang di inginkan oleh konsumen dengan sistem pembayaran secara angsuran, di mana Konsumen yang membutuhkan pinjaman dana diwajibkan untuk menyerahkan BPKB Mobil sebagai jaminan.

#### **2. KCM (Kredit Cicilan Mobil)**

Adalah usaha pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang khususnya Mobil, untuk kepentingan konsumen. Di mana konsumen diwajibkan untuk

membayar angsuran atau cicilan dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan dengan PT BFI Finance Indonesia.

## 2.6 Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian marketing dan collecting pada PT.BFI Finance sebanyak 74 orang karyawan.

### 2.6.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	59	79,73
2	Perempuan	15	20,27
Total		74	100%

*Sumber* : data primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa karyawan bagian marketing dan collecting pada PT.BFI Finance sebagian besar berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 59 orang (79,73%), sedangkan karyawan perempuan berjumlah 15 orang (20,27%). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan bagian marketing dan collecting pada PT.BFI Finance membutuhkan lebih banyak karyawan laki-laki untuk tugas lapangan dengan jam kerja yang lebih fleksibel.



### 2.6.2 Gambaran Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur, maka responden dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Umur**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	20-25 tahun	4	5,41
2	>25-30 tahun	34	45,95
3	>30-35 tahun	22	29,73
4	>35-40 tahun	8	10,81
5	>40 tahun	6	8,11
Total		74	100%

*Sumber* : data primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa karyawan bagian marketing dan collecting pada PT.BFI Finance sebagian besar berumur 25-30 tahun dengan jumlah 34 orang (45,95%), karyawan yang berumur 30-35 tahun berjumlah 22 orang (29,73%), usia 35-40 tahun berjumlah 8 (10,81%), karyawan yang berumur lebih dari 40 tahun berjumlah 6 orang (8,11%) sedangkan jumlah paling sedikit adalah karyawan berumur 20-25 tahun yang berjumlah 4 orang (5,41%). Hal ini menunjukkan bahwa PT.BFI Finance cenderung mencari karyawan yang sudah berpengalaman, matang namun tidak berusia terlalu tua.

### 2.6.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jabatan

Berdasarkan jabatan, maka responden dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

**Tabel 2.3**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Jabatan**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Staf Marketing	29	37,84
2	Staf Collecting	45	59,46
Total		74	100%

*Sumber* : data primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa karyawan bagian collecting PT.BFI Finance berjumlah 45 orang (59,46%), sedangkan karyawan bagian marketing berjumlah 29 orang (37,84%). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan bagian collecting pada PT.BFI Finance lebih dibutuhkan karena proses penagihan seringkali lebih sulit.

### 2.6.4 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Studi

Berdasarkan pendidikan terakhir, maka responden dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

**Tabel 2.4**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Studi**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Tamat SLTA	61	82,43
2	Tamat diploma	11	14,86
3	Tamat S1	2	2,70
Total		74	100%

*Sumber* : data primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui bahwa karyawan bagian marketing dan collecting pada PT.BFI Finance sebagian besar memiliki tingkat pendidikan tamat SLTA dengan jumlah 61 orang (82,43%), karyawan yang tamat diploma berjumlah 11 orang (14,86%), sedangkan jumlah paling sedikit adalah karyawan tamat S1

yang berjumlah 2 orang (2,70%). PT.BFI Finance hanya mensyaratkan minimal lulus SLTA bagi semua karyawannya sehingga tidak memperhatikan tingkat pendidikan, selama karyawan tersebut sudah memiliki pengalaman bekerja sebelumnya.

### 2.6.5 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Berdasarkan lama bekerja, maka responden dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

**Tabel 2.5**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Lama Bekerja**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	<1 tahun	16	21,62
2	>1-2 tahun	21	28,38
3	>2-3 tahun	24	32,43
4	>3 tahun	13	17,57
Total		74	100%

*Sumber* : data primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa karyawan bagian marketing dan collecting pada PT.BFI Finance sebagian besar telah bekerja >2-3 tahun dengan jumlah 24 orang (32,43%), karyawan yang telah bekerja >1-2 tahun berjumlah 21 orang (28,38%), telah bekerja selama <1 tahun berjumlah 16 (21,62%), sedangkan jumlah paling sedikit adalah karyawan yang telah bekerja >3 tahun yang berjumlah 13 orang (17,57%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yaitu karyawan PT.BFI Finance merupakan karyawan yang telah bekerja cukup lama pada PT.BFI Finance dan memiliki kompetensi untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner.