

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini begitu banyak bermunculan beragam perusahaan di Indonesia, termasuk perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan atau dikenal dengan *leasing*. Sebenarnya lembaga perusahaan pembiayaan (*leasing*) di Indonesia sudah mulai ada pada tahun 1973, kemudian sejak tahun 1974 diatur oleh pemerintah dengan diikuti dengan berbagai peraturan yang lain. Artinya perusahaan leasing di Indonesia sudah cukup lama ada, hanya saja saat itu belum begitu memasyarakat. Ditambah berbagai persyaratan yang cukup berbelit membuat masyarakat belum banyak yang memanfaatkannya

Dengan semakin tingginya mobilitas masyarakat, tentunya membutuhkan moda transportasi yang nyaman. Tidak sedikit masyarakat yang kemudian menyengajakan diri untuk membeli kendaraan pribadi. Bahkan sebagian masyarakat menganggap kendaraan pribadi merupakan hal penting. Melihat animo masyarakat akan kendaraan pribadi semakin tinggi, banyak perusahaan pembiayaan (*leasing*) yang menangkap peluang tersebut untuk membuat program pembiayaan secara kredit.

Saat ini, berdasarkan data dari Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI) per Agustus 2021, Indonesia memiliki 167 Perusahaan Pembiayaan

*leasing*¹. Melansir dari ocbcnisp.com, di tahun 2022 terdapat top tujuh perusahaan pembiayaan (*leasing*) di Indonesia berdasarkan *top selling*, di antaranya sebagai berikut:²

1. PT Federal International Finance (FIF)
2. Astra Credit Companies
3. PT Oto Multi Artha
4. PT Bussan Auto Finance
5. PT Wahana Ottomitra Multiartha
6. PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk
7. PT Summit Oto Finance

Astra Credit Companies (ACC) merupakan perusahaan pembiayaan (*leasing*) yang akan dibahas dalam riset ini. ACC merupakan salah satu dari gabungan empat perusahaan pembiayaan (*leasing*) konvensional, yakni di antaranya PT Astra Sedaya Finance, PT Swadharma Bhakti Sedaya Finance, PT Astra Finance, dan PT Staco Estika Sedaya Finance.

Astra Credit Companies memiliki produk pembiayaan yang bervariasi, produknya seperti pembiayaan mobil baru dan bekas, produk pembiayaan *Retail Commercial*, *Fleet* serta multiguna dengan skema pembiayaan konvensional dan pembiayaan syariah. Jaringan ACC sudah tersebar luas, karena sudah 76 kantor cabang dan kantor pelayanan. Perusahaan pembiayaan (*leasing*) ACC juga

¹ BFI Finance. 2022. *Perusahaan Pembiayaan : Definisi, Jenis, dan Contohnya..*

<https://www.bfi.co.id/id/blog/perusahaan-pembiayaan-definisi-jenis-dan-contohnya>

² Redaksi OCBC NISP

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/03/11/leasing-adalah>

memberikan kemudahan dengan variasi pembayaran seperti *Bank Transfer*, *Auto Debet*, Kantor Pos, *Marketplace* Tokopedia dan minimarket Indomaret serta melalui aplikasi acc.one.

Grup Astra Credit Companies mendapatkan banyak kategori penghargaan dalam “*Infobank Multifinance Awards 2020*”. Penghargaan tersebut, didapatkan masing-masing oleh keempat anak perusahaan ACC, di antaranya Astra Sedaya Finance, Swadharma Bhakti Sedaya Finance, Astra Auto Finance, dan Staco Estika Sedaya Finance.³ Uraian rincinya sebagai dikutip dari www.astrafinancial.co.id adalah sebagai berikut:

1. Penghargaan yang diraih oleh Astra Sedaya Finance, sebagai perusahaan pembiayaan (multifinance) beraset Rp10 triliun ke atas dan berhasil mendapatkan predikat “sangat bagus” dengan nilai total 89,38% dari rating yang digelar Biro Riset Infobank (bir I) atas kinerja keuangan.
2. Swadharma Bhakti Sedaya Finance, meraih empat *trophy* sekaligus, yaitu disebut sebagai “*The Most Efficient Finance Company*”, dan “*The Best Performance Finance Company*”, serta penghargaan sebagai perusahaan pembiayaan beraset Rp10 triliun ke atas. Anak perusahaan ini berhasil mendapatkan predikat “sangat bagus” dengan nilai total 98,39%, dan mendapat “*Platinum Trophy*” karena telah berkomitmen untuk selalu mempertahankan predikat tersebut selama 10 tahun berturut-turut.
3. Astra Auto Finance juga mendapatkan penghargaan sebagai perusahaan pembiayaan beraset Rp1 triliun sampai dengan di bawah Rp5 triliun dan meraih predikat “sangat bagus” dengan nilai total 86,73%, dengan predikat “*Platinum Trophy*” atas upaya konsistensinya selama 10 tahun dalam mempertahankan predikat tersebut⁴.

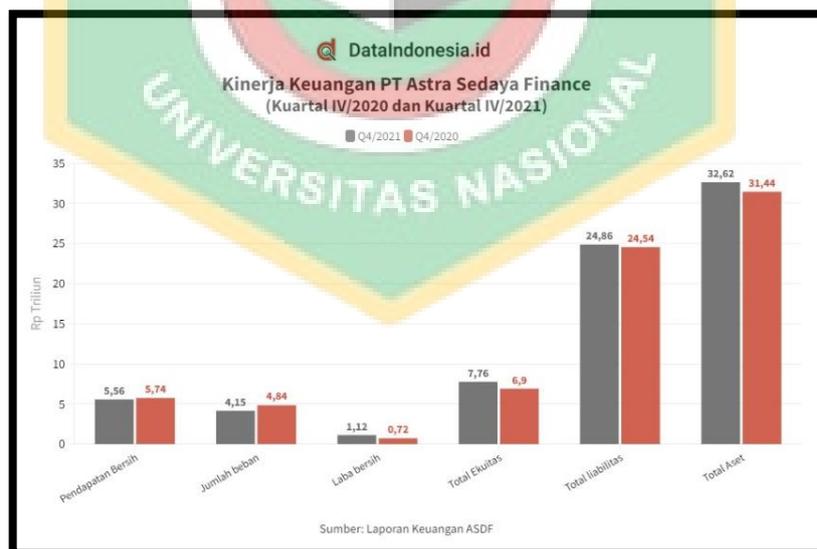
³ Rezkiana Nisaputra. Infobanknews.com. *Penghargaan Multifinance*
<https://infobanknews.com/grup-astra-credit-companies-borong-penghargaan-multifinance-awards-2020/>

⁴ Astra Credit Companies (ACC). (n.d.). Astra Financial. *laporan keuangan Astra Sedaya Finance*
<https://www.astrafinancial.co.id/ind/acc/>

Begitu pula dengan fenomena prestasi ACC di tahun 2021 dan 2022. Pada tahun 2021 Astra Credit Companies (ACC) atau [PT Astra Sedaya Finance](#) mencatat pemulihan kinerja kuartalan ke level sebelum terdampak fase pandemi Covid-19. Data ini terungkap berdasarkan laporan keuangan Astra Sedaya Finance per Maret 2022, dikutip Rabu, 4 Mei 2022. Dan gabungan laba perusahaan pembiayaan empat leasing milik Astra ini mencapai Rp317 miliar.

Nominal tersebut tidak hanya meningkat 62,5 persen dari tahun ke tahun dari capaian kuartal I/2021 dengan nominal Rp195 miliar, akan tetapi juga menyamai kinerja kuartal I/2020, yang dimana pandemi Covid-19 sedang melanda Indonesia, dengan nominal Rp317 miliar, dan hal ini lebih baik dari kinerja laba kuartal I/2019 yang nilainya Rp299 miliar.

Dilansir dari [dataindonesia.id](#), bawah ini merupakan grafik laba Astra Sedaya Finance di sepanjang tahun 2021 :



1.1.1 Kinerja Keuangan PT Astra Sedaya Finance Tahun 2021 (Sumber : [DataIndonesia.id](#))

Sepanjang tahun 2021, Astra Credit Companies mencatatkan besar laba bersih senilai Rp1,12 triliun, yang mengalami peningkatan 56,1 persen dibandingkan periode yang sebelumnya. Artinya, PT Astra Credit Companies masih memiliki peluang untuk mencatatkan pertumbuhan lagi pada tahun ini, jikalau rata-rata nominal kuartalan terjaga di kisaran tersebut. Aset PT Astra Credit Companies pada Desember 2021 tercatat sudah mencapai Rp32,62 triliun, yang dimana mengalami peningkatan sebesar 3,7 persen dari tahun ke tahun dibandingkan dengan Desember 2020 dengan nilai total Rp31,44 triliun. Pada kuartal I/2022 ini. Begitu juga dengan aset PT Astra Credit Companies mengalami peningkatan lagi menjadi Rp34,42 triliun⁵.

Dikuti dari ACC ONE pada tahun 2022, ACC tercatat mengalami pertumbuhan laba bersih yang cukup signifikan pada semester I/2022. Bahkan melampaui capaian sebelum pandemi Covid-19. PT Astra Sedaya Finance alias Astra Credit Companies (ACC) mencatatkan pertumbuhan laba bersih yang sangat terlihat jelas pada semester I/2022. Bahkan pertumbuhan tersebut melampaui capaian sebelum fase pandemi Covid-19. Di sisi lain, total beban terbilang stabil dengan kisaran Rp2,1 triliun.

Hal ini meningkatkan keuntungan sebelum pajak tumbuh dari nilai total Rp591 miliar pada semester I/2021 menjadi Rp869 miliar pada semester I/2022. Dengan total aset dari hasil penggabungan empat perusahaan pembiayaan (*leasing*)

⁵ Cakti Gita Arwana. 2022. *Laba Astra Sedaya Finance 2021 Melonjak 55.99% Pada 2021*
<https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/laba-astra-sedaya-finance-2021-melonjak-5599-pada-2021>

milik Astra yang mencapai nilai total Rp33,91 triliun, dengan pertumbuhan 3,9 persen (year-to-date/ytd) dari pada tutup buku akhir tahun 2021 dengan total nilai Rp32,62 triliun. Unsur utama penyumbang aset, sebenarnya dari piutang pembiayaan konsumen yang tercatat meningkat dari nilai total Rp26,44 triliun per Desember 2021 menjadi Rp27,03 triliun per Juni 2022. Sementara itu, piutang sewa pembiayaan juga meningkat dari Rp2,52 triliun pada akhir tahun 2021 menjadi Rp3,31 triliun per Juni 2022. Arifianto Soendoro selaku *EVP Corporate Communication & Strategic Management* PT Astra Credit Companies mengungkapkan bahwa kinerja ini sejalan dengan pencapaian penyaluran pembiayaan baru yang telah menembus Rp13,5 triliun sepanjang semester I/2022.⁶

Jika melihat pada prestasi *top selling* dan data-data kinerja penjualan tersebut, menandakan bahwa Astra Credit Companies merupakan perusahaan *leasing* yang diingat dan diminat masyarakat. Secara tidak langsung hal ini dapat dinyatakan bahwa PT Astra Credit Companies dianggap sebagai perusahaan pembiayaan (*leasing*) yang memiliki kredibilitas baik, bahkan sangat mungkin citra perusahaannya (*corporate image*) baik di mata masyarakat.

Menurut Bill Canton, citra perusahaan (*corporate image*) adalah suatu pandangan, kesan, dan aspirasi yang diperoleh perusahaan dari khalayak atau publik yang memang dengan sengaja dibentuk dan dibangun oleh perusahaan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan kepada *customer*. Terciptanya suatu

⁶ Rahardyan Aziz. 2022. *Melesat! Astra Sedaya Raih Laba Rp.678 Miliar Semester I/2022*
<https://finansial.bisnis.com/read/20220728/89/1560281/melesat-astra-sedaya-raih-laba-rp678-miliar-semester-i2022>

corporate image baik positif maupun negatif, berasal dari persepsi masyarakat terhadap produk atau jasa yang dihasilkan.⁷

Setiap perusahaan melakukan aksi ke luar, pasti akan ada saja resiko yang harus dipertanggungjawabkan. Oleh sebab itu, penting untuk mempertahankan solidaritas dari sisi internal perusahaan dan mengutamakan transparansi antarkaryawan. Astra Credit Companies selalu mengutamakan *feedback* dari publiknya sebagai evaluasi perusahaan ke depannya serta terus menjunjung tinggi visi misi perusahaan agar bisa mempertahankan *corporate image* yang positif. Strategi Astra Credit Companies untuk menjaga citranya disimpulkan dari empat pengaruh. Pengaruh citra sosial, citra produk, citra rekrutmen dan citra finansial.

Citra perusahaan berkaitan erat dengan tradisi, ragam produk, ide-ide, desain arsitektur, ciri khas bisnis, dan kesan khalayak terhadap kualitas (baik atau buruknya) komunikasi yang diciptakan oleh karyawan kepada setiap klien dari perusahaan yang bersangkutan. Tentunya bukan hal yang mudah bagi perusahaan untuk mempertahankan *corporate image* positif. Begitu pula halnya dengan ACC. Apalagi di tengah persaingan perusahaan *leasing* yang sangat ketat dewasa ini. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui bentuk strategi PT Astra Credit Companies

⁷ Trianasari P.Widiastuti. 2020. Jurnal Manajemen. *Pengaruh Corporate Image Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel The Lovina Bali*. Vol 6. 2020
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:V9BvLtN2EWoJ:https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMAJM/article/download/26721/17066&cd=12&hl=id&ct=clnk&gl=id>

dalam mempertahankan *Corporate Image* positif di masyarakat di tengah persaingan perusahaan *leasing* yang cukup ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi PT Astra Credit Companies dalam mempertahankan *Corporate Image* positif di masyarakat Indonesia di tengah persaingan perusahaan *leasing* yang cukup ketat?
2. Bagaimana strategi Astra Credit Companies dalam menghadapi hambatan-hambatan yang ada?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian di atas, yaitu untuk mengetahui strategi PT Astra Credit Companies dalam mempertahankan *Corporate Image* positif di masyarakat di tengah persaingan perusahaan *leasing* yang cukup ketat. Dan untuk mengetahui solusi yang digunakan dalam menghadapi hambatan-hambatan yang ada.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka diharapkan penelitian ini bisa memiliki manfaat kepada para pembaca. Manfaat penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Ilmiah

Secara ilmiah, riset ini diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi para pembaca mengenai perkembangan ilmu komunikasi terutama di bidang *platform media online* yang merupakan bagian dari media baru dan keterkaitannya dengan hubungan masyarakat. Selain itu, peneliti berharap agar riset ini mampu menjadi acuan dan referensi untuk riset selanjutnya yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, riset ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk perusahaan dalam mengulas dan mampu memberikan masukan dalam melengkapi strategi dalam pemasaran agar terus dapat meningkatkan *corporate image* perusahaan.

1.4.3 Manfaat Metodologis

Secara manfaat metodologis, diharapkan *output* riset ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan riset lanjutan dengan metodologi yang berbeda.

