

# ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN ( *FINANCE* ) DALAM UPAYA MEREKUT PANGSA

*Aidina Maretsya, H. Eddy Soegiarto K<sup>2</sup>, Heriyanto<sup>3</sup>*

## PASAR PADA PT. ARTHA PRIMA FINANCE SAMARINDA

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Amaretsya@gmail.com

---

### ABSTRACT

*The purpose of this paper to determine the internal aspects of the company's strengths and weaknesses and the opportunities and threats of the external aspects of the company to formulate appropriate strategies as a benchmark in formulating the company's strategy to increase its profits. Formulation of the problem in this paper is, Where is the position of the company in carrying out its activities on the SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunitiess and Threats)? The hypothesis of this study is the position of the company is located in the first quadrant on the SWOT matrix in which the company is very profitable situation. The company has the opportunity and the power that can take advantage of existing opportunities and the company's position, strategies appropriate in these circumstances is to support aggressive growth policy (Growth-oriented strategy) that uses all the power to seize and exploit opportunities as possible.*

*From the research results can be seen in the total score calculation result of internal factors to aspects of the power of 2.082 and weaknesses aspects of (1.222), the difference in value of 0.86 is describe as the organization's position on aspects of the strengths and weaknesses aspects. While the results of the calculation of the external factor scores for aspects of 2.025 opportunities and challenges aspects of (1.195), the difference in value of 0.83 is describe as the organization's position on aspects related aspects of the opportunities and challenges. Based on calculations were greatest in the first quadrant, the research hypothesis is accepted.*

**Keywords:** *Financing Strategies, Market Share*

### ABSTRAKSI

Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui aspek internal kekuatan dan kelemahan perusahaan serta aspek eksternal peluang dan ancaman perusahaan untuk merumuskan strategi yang sesuai sebagai tolak ukur dalam memformulasikan strategi perusahaan dalam meningkatkan keuntungan perusahaan. Rumusan masalah pada penulisan ini yaitu, Dimana letak posisi perusahaan dalam menjalankan kegiatannya pada analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunitiess dan Threats*)? Hipotesis dari penelitian ini yaitu Posisi perusahaan terletak di Kuadran I pada matriks SWOT dimana perusahaan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan pada posisi perusahaan tersebut, strategi yang cocok diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Dari hasil penelitian dapat dilihat total hasil perhitungan skor faktor internal untuk aspek kekuatan sebesar 2,082 dan aspek kelemahan sebesar (1,222), dengan selisih nilai sebesar 0,86 adalah menggambarkan sebagai posisi organisasi tentang aspek kekuatan dan aspek kelemahan. Sedangkan hasil perhitungan skor faktor eksternal untuk aspek peluang sebesar 2,025 dan aspek tantangan sebesar (1,195), dengan selisih nilai sebesar 0,83 adalah menggambarkan sebagai posisi organisasi yang berkaitan tentang aspek peluang dan aspek tantangan. Didasarkan hasil perhitungan terbesar berada di kuadran I, maka hipotesis penelitian ini diterima.

**Kata kunci :** *Strategi Pembiayaan, Pangsa Pasar*

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Potensi bisnis *leasing* di kota Samarinda menunjukkan pertumbuhan yang begitu cepat, terutama pembiayaan pada sektor otomotif, atau lebih kita kenal dengan sebutan *Finance*. Perkembangan perusahaan pembiayaan tersebut dalam keberadaannya semakin mudah ditemukan dan semakin banyak pula, sehingga dapat dirasakan oleh masyarakat tentang kegunaannya, terutama dalam hal pembiayaan untuk pembelian secara kredit oleh para calon nasabah. Dengan demikian sudah semakin mudah bagi warga masyarakat untuk mencari dana atau keuangan guna membiayai kebutuhannya (terutama dalam hal pembiayaan kredit otomotif roda empat).

PT. Artha Prima Finance Samarinda merupakan perusahaan yang berfokus pada pemberian pembiayaan untuk kendaraan roda empat atau lebih dalam sektor komersial. Di tahun ke-10 berdirinya, PT. Artha Prima Finance Samarinda telah menjelma menjadi perusahaan yang besar, dan mendapatkan pengakuan dari mitra maupun perusahaan kompetitor lain. Dengan semakin besarnya perusahaan, akan semakin besar pula masalah yang dihadapi. Namun, hal tersebut adalah tantangan yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang semakin kokoh. Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti oleh penulis, ditemukan berbagai masalah yang selalu sama dan sulit diminimalisasi oleh perusahaan. Resiko itu antara lain adalah *Prepayment* yaitu nasabah melunasi utang mereka lebih awal dari perjanjian semula dan *default* yaitu nasabah tidak mampu melunasi hutang atau kredit kendaraan mobil. Selain *prepayment* dan *default*, perusahaan pembiayaan mengalami resiko pengurangan nilai dari kendaraan yang disita dari para nasabah yang tidak mampu melunasi kreditnya. Hampir seluruh kendaraan yang disita dari para nasabah mengalami penurunan nilai jual, selain itu hampir kendaraan tersebut sudah mengalami kecacatan atau kerusakan. Ini menyebabkan PT. Artha

Prima Finance menghadapi resiko kesulitan untuk menjual kendaraan bekas tersebut ke pasar. Berdasarkan resiko tersebut, perusahaan pembiayaan merupakan salah satu perusahaan yang memiliki tingkat resiko kerugian yang besar bagi bisnisnya.

Untuk itulah setiap perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan resiko kerugian bisnisnya. Kemampuan perusahaan dalam menguasai manajemen strategi perusahaan yang tangguh akan menjadi indikator keberhasilan dalam memperoleh laba secara optimal dalam menjalankan bisnis perusahaan. Salah satu cara yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk dapat mencapai sasaran adalah dengan melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dicapai, tujuannya adalah untuk mencari faktor penyebab dari suatu kegagalan ataupun keberhasilan suatu usaha bisnis agar dapat dijadikan suatu pedoman atau tindak lanjut dimasa akan datang. Resiko tersebut diatas tentunya sangat krusial apabila terjadi secara terus menerus. Bukan hanya akan menyebabkan kualitas portofolio perusahaan kurang baik, namun dapat menimbulkan resiko-resiko yang berdampak pada perusahaan dalam mempertahankan eksistensi didunia bisnis.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pembiayaan (Finance) Dalam Upaya Merebut Pangsa Pasar Pada PT. Artha Prima Finance Samarinda**”. Dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunitiess dan Threats*) diharapkan perusahaan dapat menentukan strategi bisnis pembiayaan yang tepat dan sesuai untuk dapat diimplementasikan dalam proses bisnisnya, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dialami oleh perusahaan.

Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunitiess dan Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk berbagai faktor sistematis untuk merumuskan strategi

perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dengan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Dimana letak posisi perusahaan dalam menjalankan kegiatannya pada analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threats*)?”

## II. DASAR TEORI

### Pengertian Manajemen Strategi

Istilah perencanaan strategi pertama kali muncul pada 1950-an dan menjadi sangat populer antara pertengahan 1960-an dan pertengahan 1970-an. Menurut Fred R. David (2009:5), menyatakan “Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya”.

### Strategi Generik

Menurut Michael R. Porter dalam buku Husein Umar (2005:32) : “Strategi Generik adalah suatu pendekatan strategi perusahaan dalam rangka mengungguli pesaing dalam industri sejenis”.

Menurut Michael R. Porter, seperti yang dikutip dalam buku Husein Umar (2005:34) menyatakan bahwa strategi generic dibagi menjadi 3 yaitu :

- a. Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)
- b. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)
- c. Strategi Fokus (*Focus Strategy*)

### Tahap-tahap Manajemen Strategi

Menurut Fred. R. David (2009:6): “Proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap, yaitu: Perumusan strategi, Penerapan Strategi, dan penilaian strategi”.

### Model Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi dapat diterima secara luas sebagai berikut:

- a. Membuat pernyataan visi dan misi, tujuan dan strategi yang dimiliki suatu organisasi akan menjawab pertanyaan kemana suatu organisasi akan melangkah.
- b. Menjalankan audit eksternal dan internal penting untuk dilakukan.
- c. Menerapkan tujuan jangka panjang
- d. Membuat, mengevaluasi dan memilih strategi
- e. Melaksanakan strategi Isu-isu manajemen
- f. Melaksanakan strategi Pemasaran, keuangan, akuntansi, litbang, SIM (Sistem informasi manajemen).
- g. Mengukur dan Mengevaluasi kinerja.

### Konsep Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler (1962:13) dalam buku Freddy Rangkuti (2006:4) menyebutkan bahwa: “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”.

### Tipe-Tipe Strategi

Pada prinsipnya, Strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi menurut Freddy Rangkuti (2006:6-7) :

- a. Strategi Manajemen
- b. Strategi investasi
- c. Strategi Bisnis

### Analisis Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data.
2. Tahap analisis.
3. Tahap pengambilan keputusan.

### Analisis SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*).

### Matriks SWOT

Salah satu metode atau alat analisis yang digunakan untuk menyusun deskripsi tentang faktor-faktor strategi perusahaan adalah SWOT Matriks.

## III. ALAT ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Alat Analisis

Rincian data yang diperlukan dalam penulisan ini, sebagai berikut:

1. Gambaran umum PT. Artha Prima Finance Samarinda.
2. Data hasil kuisioner yang telah disebarakan kepada responden yang menjadi karyawan dan nasabah PT. Artha Prima Finance Samarinda.

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah pada segi bisnis pemasarannya saja. Yaitu menentukan aspek-aspek internal dan eksternal pada perusahaan dan menganalisisnya dengan pendekatan matriks SWOT, sehingga dapat diketahui strategi yang tepat untuk memasarkan jasa pembiayaan tersebut.

Maka dalam penelitian ini digunakan 40 orang sample terdiri dari karyawan dan nasabah yang dimintai mengisi kuisioner sebagai alat bantu penelitian.

Kuisioner dibagi menjadi dua bagian yaitu kuisioner internal dari variabel *Strengths* (kekuatan) dan variabel *Weakness* (kelemahan) yang ditunjukkan bagi karyawan perusahaan dan disebarakan sebanyak 20 lembar, kuisioner diberikan secara pribadi oleh penulis kepada setiap karyawan ditempat kerja. Kuisioner eksternal yang terdiri dari variabel *Opportunities* (peluang) dan variabel *Threats* (ancaman) disebarakan sebanyak 20 lembar yang ditujukan bagi nasabah perusahaan. Kuisioner tersebut diberikan secara pribadi kepada nasabah yang setiap bulan pasti membayar kredit langsung melalui Teller/Kasir kantor PT. Artha Prima Finance Samarinda dengan meminta waktu luang nasabah tersebut untuk mengisi kuisioner yang diberikan oleh peneliti.

Dengan menggunakan teknik skala likert.

#### 1. Faktor Eksternal

Skor 4 : Apabila kondisi eksternal perusahaan sangat berpeluang

Skor -4 : Apabila kondisi eksternal perusahaan sangat mengancam

#### 2. Faktor Internal

Skor 4 : Apabila kondisi internal perusahaan sangat kuat

Skor -4 : Apabila kondisi internal perusahaan sangat lemah.

Menurut Freddy Rangkuti (2013:36), menyatakan : "Rating adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun ke depan)".

Maka penentuan bobot faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) berdasarkan hasil dari perkalian nilai hasil rating pada hasil kuisioner dengan konstanta, dibagi dengan total jumlah rating dan konstanta. Nilai konstanta ini diberi nilai 4 karena diambil dari angka tertinggi dalam rating (1, 2, 3, dan 4).

Berdasarkan perhitungan bobot faktor internal dan eksternal tersebut, selanjutnya

dihitung skor faktor internal pada tabel IFAS ( *Internal Strategic factors Summary* ) Selisih Total Kekuatan – Total kelemahan =  $S - W = x$  dan eksternal pada tabel EFAS ( *Eksternal Strategic factors Summary* ) Selisih Total Peluang – Total Ancaman =  $O - T = y$ .

Besarnya faktor-faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang telah dianalisis (hasil perkalian antara bobot faktor dengan rating), maka akan didapat total skor dari masing-masing faktor selanjutnya akan dimasukkan ke dalam diagram keputusan analisis SWOT. Yaitu hasil dari faktor internal (IFAS) berada pada posisi sumbu x (+,-) dan hasil faktor eksternal (EFAS) berada pada posisi sumbu y (+,-).

Berdasarkan diagram tersebut, maka dapat ditentukan strategi pembiayaan apa yang cocok untuk diimplementasikan pada perusahaan dengan Matriks SWOT.

## Pembahasan

Dalam menganalisa strategi jasa pembiayaan PT. Artha Prima Finance Samarinda kepada nasabahnya, maka data-data dari hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal pada PT. Artha Prima Finance Samarinda, kemudian diintegrasikan kedalam beberapa metode analisis strategi.

Pembahasan dalam penelitian ini adalah dengan analisis SWOT. hal ini dilakukan dalam rangka membuat alternatif pilihan strategi sekaligus menentukan faktor-faktor apa yang sesuai dengan kondisi yang dialami PT. Artha Prima Finance Samarinda.

## Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor internal maka dapat diketahui besarnya kekuatan (*strengths*) yang dimiliki oleh PT. Artha Prima Finance Samarinda adalah sebesar 2,082 dan besarnya kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh PT. Artha Prima Finance Samarinda adalah sebesar ( 1,222 ). Sedangkan hasil dari analisis faktor-faktor eksternal menunjukkan bahwa besarnya peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh PT. Artha Prima Finance Samarinda adalah sebesar 2,025

dan besarnya ancaman (*threats*) adalah sebesar ( 1,195 ).

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis sebagaimana tersebut di atas, data-data tersebut kemudian dimasukkan ke dalam diagram analisis SWOT.

Berdasarkan diagram tersebut, ada empat strategi yang dapat dilakukan PT. Artha Prima Finance Samarinda, yaitu : Strategi agresif, Strategi diversifikasi, Strategi *turn-around* dan Strategi defensive, dimana PT. Artha Prima Finance Samarinda dapat lebih memilih salah satu dari keempat alternatif strategi tersebut.

Pemilihan strategi jasa pembiayaan, didasarkan hasil perhitungan terbesar berada di kuadran I ( 2,025 ; 2,082 ).

## Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan *matching tool* yang paling penting untuk membantu para manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi yaitu :

- Strategi SO (*strengths-opportunities*)
- Strategi WO (*weakness-opportunities*)
- Strategi ST (*strengths-threats*)
- Strategi WT (*weakness-threats*)

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal yang ada pada PT. Artha Prima Finance Samarinda, telah diketahui bahwa kondisi internal berada dalam keadaan kuat sedangkan kondisi eksternal berada dalam keadaan berpeluang.

## IV. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, PT. Artha Prima Finance Samarinda dapat mengkombinasikan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan sebagai bagian dari strategi jasa pembiayaan, sehingga dapat mencapai kinerja sesuai dengan tujuan perusahaan.

## Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan, sehingga masih perlu adanya penelitian berkelanjutan yang mengkaji permasalahan yang hampir sama.

Beberapa saran yang dapat disampaikan dari hasil perhitungan skor faktor internal, maka strategi jasa pembiayaan yang harus dilakukan perbaikan oleh PT. Artha Prima Finance Samarinda adalah pada seluruh faktor, yaitu meningkatkan faktor kekuatan dan meminimalisasikan faktor kelemahan, karena faktor total skor masih dibawah 0,83.

## DAFTAR PUSTAKA

**Rangkuti, Freddy, 2006.** *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Kedua Belas, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_, **2009.** *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi Kedua Belas Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

\_\_\_\_\_, **2013.** *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

**Umar, Husein, 2005.** *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.