

LAMPIRAN

Panduan Wawancara

1. Apa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Marketing PT. Reksa Finance dalam meningkatkan konsumen?
2. Media apa saja yang digunakan oleh PT. Reksa Finance dalam mempromosikan jasanya? Mengapa menggunakan media tersebut?
3. Setelah menentukan media yang telah disebutkan, promosi seperti apa yang dilakukan PT. Reksa Finance dengan menggunakan media tersebut?
4. Selain menggunakan media tersebut, adakah strategi-strategi lainnya yang digunakan oleh PT. Reksa Finance guna meningkatkan konsumen?
5. Apakah PT. Reksa finance melakukan perbandingan dengan perusahaan lain guna meningkatkan konsumen?
6. Kendala apa yang dihadapi PT. Reksa Finance dalam bersaing dengan perusahaan lainnya di era digital marketing? Dan Bagaimana solusinya dalam menghadapi persaingan di era Digital Marketing?
7. Apa tantangan Marketing PT. Reksa Finance dalam menghadapi berbagai sifat-sifat konsumen?
8. Bagaimanakah PT. Reksa Finance menyikapi perkembangan pasar didalam dunia bisnis?
9. Adakah PT. Reksa Finance melakukan monitoring atau survei lapangan guna menyikapi perkembangan pasar? Dan berapa kali monitoring dilakukan?

Draft Wawancara

Informan pertama

Informan pertama peneliti adalah Manager Marketing dari PT. Reksa Finance yang Bernama Hendri Purnama berusia 45 Tahun. Sesi wawancara di lakukan di PT. Reksa Finance pada hari Selasa tanggal 19 Desember 2023 pukul 12.30 WIB sampai dengan selesai. Berikut ini disajikan wawancara peneliti dengan narasumber:

Key Informan

1. Apa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Marketing PT. Reksa Finance dalam meningkatkan konsumen?

Jawab: “Strategi Komunikasi yang dilakukan saat ini dengan cara mengiklankan produk-produk kita dan program-program kita di Media Sosial ya seperti Facebook atau Instagram. Dan kita juga akan melakukan pendekatan komunikasi Marketing dengan showroom-showroom rekanan/kerjasama kita. Selain itu, kita juga lakukan komunikasi dengan debitur-debitur ekstising kita yang artinya kita disitu menawarkan produk-produk yang ada di Reksa Finance terhadap debitur-debitur ekstising kita kurang lebihnya seperti itu.”

”Selain itu, konsep komunikasi yang kita lakukan itu seperti Memarket Line yang artinya kalau ada debitur yang ingin bertanya bisa lewat by phone dan kirim pesan melalui e-mail ketika ada orang yang ingin bertanya itu biasanya kita e-mail karena pengajuan-pengajuan itu yang banyak masuk lewat e-mail dan kalau lewat by phone itu kita biasanya menawarkan kembali untuk menggunakan produk multiguna kepada debitur ekstising kita yang track record/history pembayarannya bagus. Dan kegiatan komunikasi ini dilakukan melalui media online karena setiap debitur yang ini melakukan pengajuan pembiayaan itu aksesnya melalui website yang tertera di Reksa Finance. Selain itu, kegiatan komunikasi ini dilakukan setiap hari/jika ada pengajuan dari debitur lewat media online yang telah disebutkan tadi.”

2. Media apa saja yang digunakan oleh PT. Reksa Finance dalam mempromosikan jasanya? Mengapa menggunakan media tersebut?

Jawab: “Jadi media yang kita sering gunakan itu Instagram dan facebook. Karena saat ini memang kedua media itu sedang booming yang dimana semua orang bisa melihat dan berinteraksi seperti itu.”

3. Setelah menentukan media yang telah disebutkan, promosi seperti apa yang dilakukan PT. Reksa Finance dengan menggunakan media tersebut?

Jawab: “Ya kita juga menayangkan atau mempromosikan program-program yang saat ini ada di PT. Reksa Finance seperti cashback, menampilkan reward-reward (bonus/hadiah) yang kita tawarkan kepada showroom-showroom rekanan kita. Setidaknya dengan hal tersebut kita bisa mengambil rasa kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk di PT. Reksa Finance.”

4. Selain menggunakan media tersebut, adakah strategi-strategi lainnya yang digunakan oleh PT. Reksa Finance guna meningkatkan konsumen?

Jawab: ”Ya saat ini kita sudah membuat strategi lainnya yang artinya kita akan mendistribusikan/penyuluhan produk re-financing motor seperti pinjaman kecil dengan jaminan BPKB motor. Selain itu, kita juga sudah membuat pamflet-pamflet yang akan disebarluaskan ke pusat-pusat keramaian sehingga dengan strategi seperti itu kita berharap debitur/calon debitur yang mendapatkan pamflet-pamflet tersebut bisa datang ke kantor untuk mengajukan pinjaman langsung dan dengan strategi ini juga bisa meningkatkan konsumen.”

5. Apakah PT. Reksa finance melakukan perbandingan dengan perusahaan lain guna meningkatkan konsumen?

Jawab: ”Ya tentu saja kita harus membandingkan apa yang sudah dilakukan oleh Reksa Finance dan apa yang sudah dilakukan oleh kompetitor yang artinya pasti akan kita compare baik itu dari bentuk pelayanan dan produk-produk yang ada di PT. Reksa Finance karena kalau tidak dicompare kita tidak akan mengetahui dimana letak kekurangan dan kelebihan kita.”

6. Kendala apa yang dihadapi PT. Reksa Finance dalam bersaing dengan perusahaan lainnya di era digital marketing? Dan Bagaimana solusinya dalam menghadapi persaingan di era Digital Marketing?

Jawab: ”Ya kondisi saat ini memang struktur kita yang masih kurang/harus dilengkapi baik dari jaringan dan main power yang artinya sudah ada main power yang khusus untuk mengangani digital saat ini kita belum ada dan ini yang harus dipenuhi agar bisa mampu bersaing lagi dengan kompetitor lain. Solusinya kita akan memenuhi perlengkapan-perengkapan yang harusnya sudah ada seperti jaringan, kerjasama dengan vendor yang berkaitan dengan Digital Marketing.”

7. Apa tantangan Marketing PT. Reksa Finance dalam menghadapi berbagai sifat-sifat konsumen?

Jawab: “Kalau bicara mengenai sifat-sifat debitur sepertinya tidak ada habis-habisnya, Cuma bagaimana kita menjelaskan secara detail dan berprinsip kepada mereka

sehingga mereka bisa menerima penjelasan kita itu yang artinya kita jelaskan kembali secara detail dan presisi bahwa aturan main dan cara menggunakannya seperti yang tertera pada syarat dan ketentuan yang berlaku di Reksa Finance. Tapi ini cukup sulit untuk mengentertain keinginan dari debitur dan kita sebisa mungkin melakukan hal yang terbaik untuk memberikan pelayanan yang baik kepada debitur-debitur kita.”

Bagaimana cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen PT. Reksa Finance?

8. Bagaimanakah PT. Reksa Finance menyikapi perkembangan pasar didalam dunia bisnis?

Jawab: “Ya kita harus dinamis artinya setiap hari kita harus memantau kondisi seperti apa yang ada dilapangan dan ketika kita sudah menemui jalan yang agak sulit itu kita harus ambil langkah secepatnya serta langkah apa yang diambil selanjutnya karena bicara mengenai dunia marketing ini apalagi perkembangan pasar ini sangat dinamis dan tergantung dari harga minyak dunia, komoditas alam, atas dasar hal itulah kita akan ambil tindakan yang strategis untuk pemenuhan kebutuhan dari PT. Reksa Finance.”

9. Adakah PT. Reksa Finance melakukan monitoring atau survei lapangan guna menyikapi perkembangan pasar? Dan berapa kali monitoring dilakukan?

Jawab: “Ada karena kita berkoordinasi dengan area-area manajer yang ada dilapangan dan mereka itulah sebagai bisnis intellejen kita seperti apa kondisi dilapangan. Dan itu dapat dilakukan setiap hari karena mereka melaporkan sesuatu yang terjadi seperti ada kondisi stok kurang, maka dari itulah setiap hari dilakukan monitoring karena kita selalu menerima laporan yang ada dilapangan.”

Informan 2

Informan yang kedua adalah SPV Marketing dari PT. Reksa Finance yang bernama Misbah Danny berusia 37 Tahun. Sesi wawancara ini dilakukan di PT. Reksa Finance pada hari Selasa pukul 15.00 sampai dengan selesai. Berikut ini wawancara disajikan dari peneliti dengan narasumber:

1. Apa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Marketing PT. Reksa Finance dalam meningkatkan konsumen?

Jawab: “Kalau untuk strategi komunikasi tersebut salah satunya dengan cara melakukan pendekatan ke showroom rekanan melalui kunjungan/revisit ke showroom rekanan kami

yang dimana dari situ kita bisa memberikan service yang baik dan maksimal untuk mendapatkan calon-calon konsumen yang sekiranya nanti bisa menjadi debitur kami di PT. Reksa Finance.”

2. Media apa saja yang digunakan oleh PT. Reksa Finance dalam mempromosikan jasanya? Mengapa menggunakan media tersebut?

Jawab: “Kalau bicara soal Media itu kita menggunakan Website, Instagram, dan Pamflet seperti brosur maupun akrilik. Dan dengan menggunakan media tersebut kita bisa melihat juga sekarang ini kan jamannya era digital dan pasti kita bisa memanfaatkan digitalisasi yang ada di perkembangan jaman sekarang ini, maka dari itu kita memanfaatkan media tersebut untuk guna memberikan informasi ke seluruh calon konsumen/debitur kami dengan tujuan nama Reksa Finance bisa dikenal ke seluruh konsumen Indonesia. Jadi, promosi yang kita sampaikan itu bisa diketahui oleh pengguna media digitalisasi saat ini.”

3. Setelah menentukan media yang telah disebutkan, promosi seperti apa yang dilakukan PT. Reksa Finance dengan menggunakan media tersebut?

Jawab: “Ya kalau untuk promosi yang telah kita lakukan itu salah satunya dari segi angsuran/cicilan itu kita pernah memberikan promosi 1x free angsuran dan itu sudah berjalan, kemudian kita juga memberikan kesempatan kepada agency dilapangan yang sekiranya nanti akan membawa calon konsumen dan jika berhasil nantinya agency tersebut akan mendapatkan fee/komisi agent. Selain itu, ada promosi seperti pencairan dan dari segi pencairan itu kita bisa memberikan 90% untuk dari nilai harga kendaraan misalkan ada pengajuan kendaraan senilai 100jt itu ya kita bisa memberikan pencairan senilai 90% dari harga aslinya sekitar 90jt. Dan pinjam dana dari produk kita nanti bisa memberikan durasi yang agak cepat dari biasanya seperti jika ada konsumen yang ingin melakukan pinjaman seperti sepeda motor itu proses cairnya sekitar 1 jam dengan syarat semua dokumen dari konsumen tersebut sudah lengkap yang biasanya itu bisa 1-3 hari jam kerja baru diproses dan itu juga kita akan jalankan kedepannya yang sekarang ini masih tahap proses.”

4. Selain menggunakan media tersebut, adakah strategi-strategi lainnya yang digunakan oleh PT. Reksa Finance guna meningkatkan konsumen?

Jawab: ”Strategi lainnya yaitu sering melakukan pendekatan ke showroom rekanan dan kita bisa mengembangkan calon-calon showroom kita/penambahan showroom baru untuk meningkatkan penggunaan produk kita terhadap konsumen sehingga nanti kemungkinan besar bisa memberikan efek kelebihan dari segi konsumen akan bisa pinjam dana/produk ke Reksa Finance kurang lebih seperti itu.”

5. Apakah PT. Reksa finance melakukan perbandingan dengan perusahaan lain guna meningkatkan konsumen?

Jawab: “Kalau untuk perbandingan pasti akan kita lakukan sebagai dasar untuk kita melakukan strategi-strategi yang sekiranya bisa kita tiru, amati, dan modifikasi. Dan dari itulah kita bisa membuat strategi-strategi baru nantinya.”

Yang dibandingkan dari kompetitor yaitu rate dan pencairan. Selain itu, dengan membandingkan kompetitor tersebut dapat dijadikan sebagai dasar kita untuk bisa bersaing dipasar multifinance yang ada di Indonesia dan kita harus mengamati pergerakan pasar yang namanya bisnis intellijen (analisis bisnis) sendiri yang dimana kita harus mengetahui kondisi pasar yang saat ini sudah banyak berinovasi/perubahan strategi yang dilakukan.”

6. Kendala apa yang dihadapi PT. Reksa Finance dalam bersaing dengan perusahaan lainnya di era digital marketing? Dan Bagaimana solusinya dalam menghadapi persaingan di era Digital Marketing?

Jawab: “Kalau untuk kendala sendiri sebenarnya banyaknya perusahaan dengan bisnis yang sama dimana terlebih dahulu menerapkan digitalisasi dibandingkan Reksa Finance, sementara Reksa Finance baru saja memulai jadi ketertinggalan waktu yang membuat Reksa Finance masih dalam tahap penerapan penelitian tetapi perusahaan lain sudah mulai settle dan berkembang. Solusinya terus mengejar ketertinggalan tersebut dengan mengadaposi digitalisasi yang sudah banyak digunakan oleh kompetitor.”

7. Apa tantangan Marketing PT. Reksa Finance dalam menghadapi berbagai sifat-sifat konsumen?

Jawab: “Tantangannya yaitu untuk menghadapi konsumen seperti adanya komplain itu sangat banyak yang kita terima dan terkadang itu tidak valid sehingga kita harus benar-benar menyaring dan memverifikasi ulang bahwasannya informasi yang didapat dari komplain tersebut sesungguhnya benar-benar real dengan apa adanya dan tidak dilebih-lebihkan seperti itu.”

8. Bagaimanakah PT. Reksa Finance menyikapi perkembangan pasar didalam dunia bisnis?

Jawab: “Kalau untuk menyikapi perkembangan pasar itu sendiri bahwa bisnis ini memang kita akan membiayai kendaraan, pinjaman untuk calon debitur yang artinya kita menyikapi

ini senantiasa selalu melakukan terus menerus inovasi dan evaluasi untuk membuat strategi yang lebih kompetitif sehingga bisa mengikuti perkembangan zaman.”

9. Adakah PT. Reksa Finance melakukan monitoring atau survei lapangan guna menyikapi perkembangan pasar? Dan berapa kali monitoring dilakukan?

Jawab: “Monitoring itu ada karena kita mengikuti perkembangan bisnis yang dinamakan bisnis intellegen. Dan kita harus melihat dan mengontrol monitoring dilapangan untuk melihat kondisi pasar yang ada di Indonesia khususnya multifinance. Selain itu, monitoring biasanya dilakukan setiap 1 bulan sekali sedangkan evaluasi itu dilakukan setiap 1 atau 2 minggu guna melihat kondisi yang ada dilapangan.”

Informan 3

Informan yang ketiga adalah SPV Marketing dari PT. Reksa Finance yang bernama Nursani Zaini berusia 30 Tahun. Sesi wawancara ini dilakukan di PT. Reksa Finance pada hari Jumat pukul 15.30 sampai dengan selesai. Berikut ini wawancara disajikan dari peneliti dengan narasumber:

1. Apa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Marketing PT. Reksa Finance dalam meningkatkan konsumen?

Jawab: ”Kalau Strategi Komunikasi yang diterapkan itu biasanya menggunakan 3 metode yang sifatnya memberi informasi, persuasi, dan kolaborasi. Kalau memberi informasi itu biasanya kita menginformasikan kepada konsumen mengenai product knowledge misalnya kita punya produk apa aja yang ada di Reksa Finance. Dan kolaborasi biasanya kita berkolaborasi dengan showroom-showroom rekanan misalnya kalau kita mempunyai produk ini, kita bisa bekerja sama dengan showroom. Dan showroom itu menampilkan pamflet, brosur, dan spanduk tentang Reksa serta produknya.”

“Konsep Komunikasinya ada 3 yaitu informasi, persuasi, dan kolaborasi. Kalau dari segi informasi itu konsepnya memberikan informasi tentang produk kita secara lebih menarik melalui bentuk promosi. Dari segi persuasi itu biasanya melalui pamflet supaya konsumen tertarik misalnya bagaimana kita tampilkan pamflet/brosur dengan gambar yang menarik dengan tujuan agar konsumen datang ke kita baik secara online maupun offline (kalau offline itu biasanya kunjungan dan kalau online biasanya tertera dipamflet itu mencantumkan nomor whatsapp cabang yang tujuannya untuk menanyakan produk). Dan Kegiatan komunikasinya itu jika kolaborasi dengan showroom/rekanan lainnya kita lakukan setiap hari karena itu meletakkan barang promosi dengan rekanan. Dan Komunikasi ini dilakukan melalui online dibandingkan offline karena online itu punya sosial media untuk melakukan kegiatan posting setiap harinya.”

2. Media apa saja yang digunakan oleh PT. Reksa Finance dalam mempromosikan jasanya? Mengapa menggunakan media tersebut?

Jawab: “Media yang kita digunakan itu melalui offline dan online (Kalau online itu bentuknya sosial media dan website Reksa Finance. Kalau offline bentuknya berupa brosur dan spanduk). Dan media yang sering kita gunakan itu online karena lebih murah dan tidak mengeluarkan biaya sedangkan offline itu harus mengeluarkan biaya minimal biaya cetak.”

3. Setelah menentukan media yang telah disebutkan, promosi seperti apa yang dilakukan PT. Reksa Finance dengan menggunakan media tersebut?

Jawab: “Selain menentukan media tersebut, promosinya yaitu kita membuat program yang namanya program promosi misalnya kita kasih DP Minim atau kita kasih cashback kepada konsumen yang melakukan pengajuan melalui website.”

4. Selain menggunakan media tersebut, adakah strategi-strategi lainnya yang digunakan oleh PT. Reksa Finance guna meningkatkan konsumen?

Jawab: ”Strategi lainnya yaitu promosi yang kita terapkan dengan cara mengumpulkan informasi dari media sosial tentang apa saja yang sudah dilakukan oleh kompetitor untuk meraup omset pasar dan ini biasanya bersifat ATM (Amati, Tiru, Modifikasi).

5. Apakah PT. Reksa finance melakukan perbandingan dengan perusahaan lain guna meningkatkan konsumen?

Jawab: “Mengenai perbandingan kita telah mengumpulkan informasi dengan melakukan analisis SWOT misalnya apa saja kelebihan dan kekurangan dari kompetitor dan Reksa Finance setelah itu kita lakukan research development kemudian kita bisa menampilkan suatu produk yang lebih baik dibandingkan kompetitor. Kalau mengenai tentang produk Reksa yang dibandingkan yaitu rate, program promosi, bentuk layanan kepada supplier/rekanan seperti showroom.

6. Kendala apa yang dihadapi PT. Reksa Finance dalam bersaing dengan perusahaan lainnya di era digital marketing? Dan Bagaimana solusinya dalam menghadapi persaingan di era Digital Marketing?

Jawab: “Kendalanya kalau di era Digital Marketing Reksa Finance ini termasuk baru dalam penggunaan Digital Marketing. Akan tetapi, kalau untuk Digital Marketing disini membahas tentang penggunaan Apps/iklan berbayar di sosial media karena kita termasuk

newbie makanya kita baru saat ini memulainya. Dan selama ini kita punya sosial media seperti instagram dan website itu hanya keperluannya untuk eksistensi tapi sekarang sudah mulai ke tahap Digital Marketing karena sudah menggunakan Apps. Dan banyak juga kompetitor yang sudah menggunakan itu terlebih dahulu. Jadi sebenarnya, Reksa Finance itu sedang mencoba mengikuti Ritme dan mengejar ketertinggalan jeda waktunya dibandingkan perusahaan lain. Solusi dalam menghadapi persaingan tersebut yaitu kita harus terus mengimprove (research development) misalnya kita terus update tentang perkembangan yang ada dan setelah itu kita akan coba terapkan dengan apa yang sudah kita lakukan selama ini yang biasanya nanti akan dilakukan review apakah efektif atau tidaknya. Selanjutnya cara memberikan pelayanan yang terbaik yaitu secara pribadi untuk kepada konsumen itu kita lebih meningkatkan aftersales karena self services/layanan aftersales itu sangat diperlukan untuk konsumen apalagi khususnya pembiayaan retail di Reksa misalnya tentang keluhan itu biasanya menampung di sosial media nanti kita teruskan ke divisi terkait untuk diselesaikan. Keluhan-keluhannya yaitu layanan yang cabang lakukan seperti kurang ramah, kurang penjelasan terhadap kendala yang sedang dihadapi konsumen.”

7. Apa tantangan Marketing PT. Reksa Finance dalam menghadapi berbagai sifat-sifat konsumen?

Jawab: “Tantangannya yang kita alami itu banyak seperti ada konsumen yang kurang merasa puas terus dalam penyampaian komunikasi pun jadi kurang baik. Dan kebetulan kita belum mempunyai divisi khusus untuk Customer Service jadi masih dihandle oleh Digital Marketing dan dibantu oleh divisi terkait.”

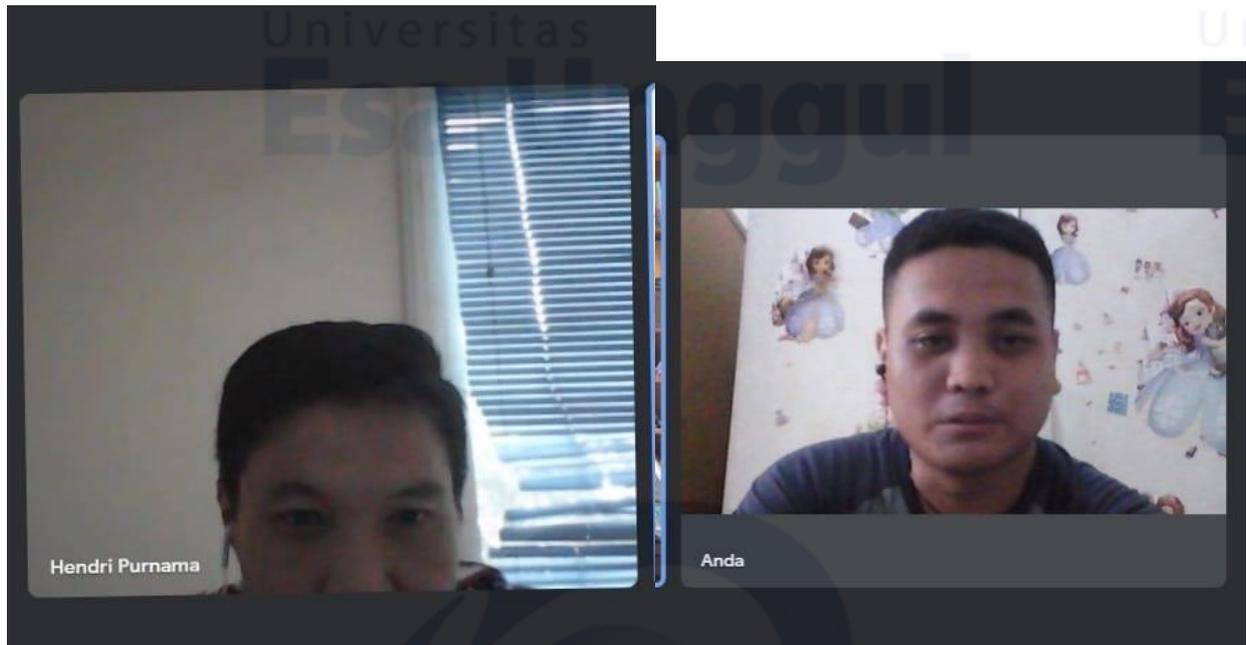
8. Bagaimanakah PT. Reksa Finance menyikapi perkembangan pasar didalam dunia bisnis?

Jawab: “Cara menyikapi perkembangan pasar itu kita terus belajar dan berkembang jadi kita pelajari dulu apa sebenarnya yang sedang terjadi dipasar kemudian kita lihat apa kendala yang dimiliki Reksa Finance dengan cara kita pelajari terlebih dahulu lalu kita kembangkan ke produk-produk yang sudah kita miliki.”

9. Adakah PT. Reksa Finance melakukan monitoring atau survei lapangan guna menyikapi perkembangan pasar? Dan berapa kali monitoring dilakukan?

Jawab: “Kalau untuk melakukan monitoring itu ada yang bentuknya berupa pengumpulan informasi oleh divisi Marketing. Divisi Marketing itu termasuk dicabang seperti CMO, CMH, dan GM. Dan monitoring itu biasanya dilakukan 1 bulan sekali nanti dikumpulkan informasinya terlebih dahulu setelah itu dilakukan olah data dan review itu diakhir bulan.”

Dokumentasi



Wawancara Dengan Manager Marketing PT. Reksa Finance (Hendri Purnama)



Wawancara Dengan SPV Marketing (Misbah Danny)



Wawancara Dengan SPV Marketing (Nursani Zaini)