MEMAHAMI PENERAPAN PERENCANAAN PEMASARAN PADA BISNIS (Studi Kasus Pada PT Finnet Indonesia)

RISKI PUSPITASARI

Pokjar Kuala Lumpur, UPBNN Batam Universitas Terbuka

BAGIAN A STUDI KASUS

Baca dan cermatilah artikel berikut ini :

Studi Kasus EKMA4569 – Inisiasi 3

Resep Niam Dzikri Dongkrak Bisnis Finnet

by [Vicky Rachman](#) - November 14, 2016

Niam Dzikri bergabung ke PT Finnet Indonesia sejak tahun 2012 sebagai Direktur Bisnis dan Pelayanan. Dia berhasil mendongkrak kinerja bisnis Finnet pada 2014-2015. Rerata pertumbuhan tahunan (*compound annual growth rate/CAGR*) Finnet melonjak sekitar 33% dan pertumbuhan pendapatan naik lebih dari dua kali lipat selama tahun tersebut. Rasio utang terhadap ekuitas (DER) mampu ditekan hingga 1,9% dari sebelumnya 2%. DER yang rendah itu merupakan indikator terhadap peningkatan ekuitas dan meredam utang Finnet. Pencapaiannya diganjar setimpal lantaran dipercaya sebagai Direktur Utama Finnet pada Maret 2015.

Niam disebut-sebut sebagai tokoh yang menyukseskan laju bisnis perusahaan sejak dia menjabat Direktur Bisnis Finnet di tahun 2012-2015. Sebelumnya dia berkarier sebagai Senior Manager of Planning & Performancy di Telkom. Niam lahir di Salatiga pada 8 Mei 1965 dan alumnus pasca sarjana Institut Teknologi Bandung. Finnet memiliki 3 portofolio bisnis, yaitu menyediakan agregator pembayaran tagihan (*bill payment aggregator*), platform pembayaran elektronik (*electronic payment platform*), dan solusi pembayaran online (*online payment solution*). Skema kemitraan antara Finnet dengan klien terdiri dari *bussines to bussines* (B2B), *bussines to bussines*

to consumer (B2B2C), dan *bussines to consumer* (B2C). Salah satu produk yang dikembangkan Finnet adalah e-kiosk hasil kerja sama Finnet Indonesia dengan PT KAI.

Menurut Niam, strateginya untuk mendongkrak kinerja bisnis adalah mengubah saluran pemasaran tradisional ke *channel modern*. "Kami bekerja sama dengan toko-toko ritel modern untuk menjual produk kami," ucapnya. Finnet sejak tahun lalu melakukan diversifikasi bisnis dengan menggarap pasar UMKM. Selain itu, Niam juga merekrut talenta muda agar SDM perusahaan semakin kompeten menghadapi tantangan bisnis pembayaran elektronik. Generasi milenial, tutur Niam, direkrut perusahaan untuk mengisi pos-pos tertentu. Sebelumnya, Niam berkarier di induk perusahaan Finnet yakni PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. "Bisnis kami harus selaras dengan *road map* bisnis Telkom di sebagai *market leader* di industri digital," ucapnya. Finnet adalah perusahaan patungan yang sahamnya dimiliki Telkom sebesar 60% dan Yayasan Kesejahteraan Karyawan Bank Indonesia (40%).

Adapun, Finnet merupakan penyedia jasa pembayaran elektronik (*electronic payment provider*) yang berdiri pada 2005. Kapabilitas Finnet di industri *e-payment* tak perlu diragukan lagi dalam menyediakan infrastruktur teknologi informasi, aplikasi dan konten sistem informasi serta transaksi keuangan bagi industri perbankan atau jasa keuangan lainnya. "Saat ini, Finnet telah terkoneksi ke 122 *biller*, 150 *merchant*, 84 *channel* bank dan ribuan *channel* non-bank," ucap Niam. Klien Finnet diantaranya terdiri dari Grab, Pemerintah Kota Bekasi (smart city), MyTelkomsel, MyTelkom, blanja.com, Daarut Tauhid (Laznaz), ESQ 165 Ary Ginanjar, Bhinneka, Sriwijaya Air, atau Scoop.

Keunggulan Finnet di bill payment aggregator, misalnya, menyediakan solusi pembayaran yang menghubungkan *biller/merchant* dengan pelanggan melalui berbagai saluran pembayaran. "Keunggulan kami di segmen ini terbukti dari pangsa pasar Finnet yang mencapai 60% di segmen *bill payment aggregator*," Niam menerangkan. Sedangkan pangsa pasar Finnet di solusi pembayaran *online* sebesar 20%. Di segmen ini, Finnet mengintegrasikan sistem pembayaran untuk *e-commerce* ke berbagai source of fund seperti kartu debit, tunai, *credit*, dan *e-money* melalui *internet payment gateway* dan solusi *e-commerce* yang aman dan handal untuk pengembangan pasar khususnya segmen UKM. Adapun, pangsa pasar Finnet di segmen platform pembayaran elektronik masih embrionik. Di tahun 2017, Finnet membidik pendapatan sebesar Rp 10 triliun.(*)

Sumber : <https://swa.co.id/swa/business-tips/resep-niam-dzikri-dongkrak-bisnis-finet>

BAGIAN B TUGAS

*Selanjutnya, tugas Anda adalah mengidentifikasi **MARKETING GOALS** pemasaran yang telah dilakukan dan dicapai Finnet.*

Jawaban :

Finnet merupakan penyedia jasa pembayaran elektronik yang berdiri pada tahun 2005. Untuk mencapai tujuan “Bisnis kami (Finnet) harus selaras dengan road map bisnis Telkom sebagai market leader di industry digital” maka Finnet melakukan marketing goals pemasaran untuk mencapai tujuan tersebut.

Di tahun 2017, Finnet membidik pendapat sebesar Rp 10 Triliun.

BAGIAN C PEMBAHASAN

Marketing Goals pemasaran yang telah dilakukan Finnet antara lain:

- Dengan memiliki 3 portofolio bisnis, Finnet menyediakan agregator pembayaran tagihan (bill payment aggregator), platform pembayaran elektronik dan solusi pembayaran online dengan skema kemitraan antara Finnet dengan klien yang terdiri dari bussiners to bussines (B2B), bussines to bussines to consumer (B2BC), dan bussines to consumer (B2C)
- Mendongkrak kinerja bisnis dengan mengubah saluran pemasaran tradisional ke channel modern melalui kerja sama dengan toko-toko ritel modern untuk menjual produk. Seperti dengan PT KAI, GRAB, Pemerintah Kota Bekasi (smart city), MyTelkomsel, MyTelkom, blanja.com, Daarut Tauhid (Laznaz), ESQ 165 Ary Ginanjar, Bhinneka, Sriwijaya Air, atau Scoop.
- Melakukan diversifikasi bisnis dengan menggarap pasar UMKM.
- Menambah SDM yang kompeten melalui perekrutan talenta muda agar bisa menghadapi tantangan bisnis pembayaran elektronik
- Menciptakan ide baru dalam pengembangan produk yaitu dengan menyediakan solusi pembayaran yang menghubungkan biller/merchant dengan pelanggan melalui berbagai saluran pembayaran
- Melakukan integrasi sistem pembayaran untuk e-commerce ke berbagai source of fund seperti kartu kredit, tunai, debit, dan e-money melalui internet payment gateway dan

solusi e-commerce yang aman dan handal untuk pengembangan pasar khususnya segmen UKM.

Marketing Goals pemasaran yang telah dicapai Finnet antara lain :

- Pertumbuhan tahunan (compound annual growth rate/CAGR) Finnet melonjak sekitar 33% dan pertumbuhan naik lebih dari dua kali lipat selama tahun tersebut (2014-2015)
- Rasio utang terhadap ekuitas (DER) mampu ditekan hingga 1,9 % dari sebelumnya 2 %
- Finnet sebagai industry e-payment telah terkoneksi ke 122 biller, 150 merchant, 84 channel bank dan ribuan channel non bank.
- Tercapainya pangsa pasar Finnet di solusi pembayaran online sebesar 20 % . Sedangkan di segmen bill payment aggregator mencapai 60 %.

REFERENSI

- Djanegara, M.S., Nurruzzaman, M. and Kesatuan, D.T.A.M., 2006. ANALISIS NET WORKING CAPITAL DENGAN METODE DAYS OF INVENTORY DAN DAYS OF ACCOUNT RECEIVABLE. *Jurnal Ilmiah Kesatuan Nomor*, 8(19), p.1.
- Fadillah, A., Sujana, S. and Sukartaatmadja, I., 2019. Kajian Minat Studi Lanjut Siswa-Siswi SMA dan SMK Kota Bogor Ke Perguruan Tinggi. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 3(1), pp.53-62.
- Iriyadi, I., Pamungkas, B. and Gunawan, L.G., 2015. Sistem Informasi Akuntansi Dalam Kaitannya Dengan Laporan Biaya Produksi Pada Perusahaan CV Surya Pratama Gemilang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 3(3).
- Muktiadji, N., 2018. Pelatihan Motivasi Usaha Bagi Umkm Kota Bogor. *Jurnal Abdimas*, 2(1), pp.078-082.
- Mulyana, M., Hidayat, L. and Puspitasari, R., 2019. Mengukur Pengetahuan Investasi Para Mahasiswa Untuk Pengembangan Galeri Investasi Perguruan Tinggi. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 3(1), pp.31-52.
- Munawar, A. and Purba, J.H.V., 2006. Kajian Dampak Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Kesatuan Nomor*, 8(7), p.2.
- Purba, J.H.V. and Munawar, A., 2008. Kajian Dampak Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 8(2), pp.95-102.
- Purba, J.H.V. and Magdalena, A., 2017. Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Ekspor dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Sulistiono, S., Nurendah, Y. and Mulyana, M., 2019. Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK di Kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 3(1), pp.1-12.
- Sukartaatmadja, I., Thoyibah, H., Mulyana, M. and Yusdira, A., 2019. PELATIHAN DIGITAL LIBRARY BAGI PENGELOLA PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI SE-BOGOR.
- Setiawan, B., Puspitasari, R. and Manurung, T.M.S., 2016. The existence of Islamic banking in Indonesia from non-muslims perceptions. *ASEAN Marketing Journal*, pp.81-96.