

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	17
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Manfaat Penelitian	18
1.6. Lingkup Penelitian	18
1.7. Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1. Landasan Teori.....	21
2.1.1. <i>Business Transformation</i>	21
2.1.1.1 Pengertian Transformasi Bisnis	21
2.1.1.2 Proses Transformasi Bisnis	24
2.1.2. <i>Strategy Making, Executing, and Evaluating Process</i>	30

2.1.2.1. Pengertian dan Tujuan Strategi	30
2.1.2.2. Proses Penyusunan dan Eksekusi Strategi	31
2.1.2.3. Evaluasi Strategi	33
2.1.3. <i>Customer Centricity</i>	35
2.1.3.1. <i>Product Centric vs Customer Centric</i>	35
2.1.3.2. Masalah dan Tantangan.....	37
2.1.3.3. Elemen dari <i>Customer-Centric</i> dan <i>Value-Based Business Model</i> <i>Framework</i>	44
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	46
2.2.1. <i>Business Tranformation Frameworks: Comparison and Industrial</i> <i>Adaptation (Allaoui et al.,2019)</i>	46
2.2.2. <i>The Path to Customer Centricity (Shah et al., 2006)</i>	48
2.2.3. <i>Customer-Centric and Value-Based Business Model Design – Impacts</i> <i>of The Additive Manufacturing Technology on Firm’s Business Model</i> <i>(Hämäläinen, 2014)</i>	49
2.3. Kerangka Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1. Desain Penelitian.....	53
3.2. Metoda Pengumpulan Data	53
3.3. Instrumen Penelitian	55
3.4. Metode Analisis Data.....	57
3.5. Profil Perusahaan	59
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Analisis.....	65
4.1.1. Proses Perencanaan Transformasi ADMF (<i>Incubation Cycle</i>)	66

4.1.2.	Proses Pembentukan Tim Transformasi ADMF (<i>Engagement Cycle</i>) .69
4.1.3.	Proses Penyusunan <i>High-Level Plan</i> Transformasi ADMF (<i>Planning Cycle</i>) 71
4.1.4.	Proses Eksekusi Transformasi ADMF (<i>Execution Cycle</i>) 76
4.1.5.	Analisis Keseluruhan Proses Transformasi Adira Finance 79
4.1.6.	Analisis <i>Gap</i> antara Rencana dan Implementasi..... 83
4.1.6.1.	<i>Progress</i> Transformasi 83
4.1.6.2.	Metrik Keuangan..... 85
4.1.6.3.	Kendala Transformasi 89
4.1.6.4.	Upaya Mengatasi Kendala Transformasi 92
4.2.	Pembahasan..... 93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 106	
5.1.	Simpulan 106
5.2.	Implikasi..... 108
5.2.1.	Implikasi Praktis..... 108
5.2.2.	Implikasi Teoritis 110
5.3.	Keterbatasan Penelitian 112
5.4.	Saran..... 112
5.4.1.	Saran bagi Manajemen Adira Finance 112
5.4.2.	Saran bagi Penelitian Selanjutnya 114
DAFTAR PUSTAKA 115	
Lampiran 1 118	
Lampiran 2 123	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Net Income</i> PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Tahun 2014-2018	10
Tabel 1.2 Target dan Pencapaian Pangsa Pasar ADMF.....	15
Tabel 1.3 Data Perolehan <i>Booking Sales per Channel</i> (2016 - Oktober 2020)	16
Tabel 2.1 Perbandingan <i>Continuous Improvement, Business Process Reengineering,</i> dan <i>Enterprise Transformation</i>	25
Tabel 2.2 Tingkat Transformasi Bisnis	25
Tabel 2.3 Perbedaan antara <i>Product Centric</i> dengan <i>Customer Centric</i>	37
Tabel 2.4 <i>Comparative Summary of Business Transformation Frameworks</i>	47
Tabel 3.1 Informan Wawancara	54
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	56
Tabel 4.1 Visi (Aspirasi 2020') dan Misi Adira Finance 2020	68
Tabel 4.2 Target Menuju 'Aspirasi 2020' Berdasarkan Produk	72
Tabel 4.3 Perbandingan <i>Continuous Improvement, Business Process Reengineering,</i> dan <i>Enterprise Transformation</i>	79
Tabel 4.4 Target <i>Market Share</i> ADMF	85
Tabel 4.5 <i>Market Share</i> ADMF Tahun 2016 – September 2020	86
Tabel 4.6 Data Perolehan <i>Booking Sales per Channel</i> (2016 - Oktober 2020)	87
Tabel 4.7 ROA, <i>Net Income Margin</i> , NPL, dan <i>Net Income</i> ADMF (2016 – September 2020)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan Lembaga Pembiayaan.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Keanggotaan APPI Tahun 2016-2019	4
Gambar 1.3 Presentase Perusahaan <i>Incumbents</i> yang Yakin Bahwa Kehadiran <i>FinTech</i> Merupakan Ancaman	5
Gambar 1.4 Sumber Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha	7
Gambar 1.5 Laba Bersih Perusahaan Pembiayaan Tahun 2013-2017	8
Gambar 1.6 Grafik <i>New Financing & Outstanding Managed Receivables</i> ADMF Desember 2014 – September 2018	9
Gambar 1.7 Tiga Pilar Strategi ADMF Menuju Visi Adira 2020	12
Gambar 2.1 <i>The Why, The How, dan The What</i> dari Proses Transformasi Bisnis	27
Gambar 2.2 <i>Adapted Business Transformation Framework Methodology</i>	29
Gambar 2.3 Penyusunan dan Proses Eksekusi Strategi	31
Gambar 2.4 <i>Organizational Barriers to Customer Centric</i>	38
Gambar 2.5 <i>Elements of Customer-Centric and Value-Based Business Model</i> <i>Framework</i>	44
Gambar 2.6 Upaya dalam Mengatasi Kendala Organisasi Menuju <i>Customer Centric</i>	49
Gambar 3.1 <i>Adapted Business Transformation Framework Methodology</i>	58
Gambar 3.2 <i>Elements of Customer-Centric and Value-Based Business Model</i> <i>Framework</i>	58
Gambar 3.3 <i>Organizational Barriers to Customer Centric</i>	59
Gambar 3.4 Struktur Kepemilikan Saham PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk...	60
Gambar 3.5 Perolehan <i>Net Profit</i> dan <i>New Financing</i> ADMF Tahun 2019	63

Gambar 3.6 <i>Managed Receivables, Total Assets, Total Equity, Total Income, ROE, Active Consumers throughout Indonesia as of 2019</i>	64
Gambar 4.1 <i>Adapted Business Transformation Framework Methodology</i>	65
Gambar 4.2 <i>Acquisition Cost/Unit Berdasarkan Channel</i>	67
Gambar 4.3 <i>Struktur Organisasi Implementasi Transformasi ADMF</i>	70
Gambar 4.4 <i>Rencana Implementasi Transformasi ADMF</i>	73
Gambar 4.5 <i>Rencana 24 Inisiatif Transformasi ADMF</i>	75
Gambar 4.6 <i>ADMF Transformation Project Governance</i>	76
Gambar 4.7 <i>Progress 24 Inisiatif Transformasi ADMF</i>	84
Gambar 4.8 <i>Elements of Customer-Centric and Value-Based Business Model Framework</i>	89
Gambar 4.9 <i>Organizational Barriers to Customer Centric</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>High-Level Roadmap</i> Transformasi ADMF	118
Lampiran 2 Ringkasan Wawancara	123