

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Perusahaan Pembiayaan	7
2.1.1 Mekanisme Pembiayaan.....	10
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	16
2.3 Analisis Lingkungan Industri	19
2.3.1 Persaingan antar Kompetitor.....	20
2.3.2 Ancaman Hadirnya Pendatang Baru	21
2.3.3 Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	23
2.3.4 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	23
2.3.5 Ancaman dari Produk Substitusi	24
2.4 Pemetaan Kelompok Strategis	24
2.5 Analisis Sumber Daya dan Kapabilitas	27
2.6 Analisis VRIO	28

2.7	Analisis SWOT.....	29
2.8	Diamond Strategy.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.3	Metode Analisis Data.....	37
3.3.1	Analisis Deskriptif	37
3.3.2	Analisis Lingkungan Eksternal	37
3.3.3	Analisis Pemetaan Kelompok Strategis	41
3.3.4	Analisis Lingkungan Internal.....	42
3.3.5	Analisis SWOT Matriks.....	42
3.4	Kerangka Penelitian.....	44
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN		45
4.1	Berdirinya Perusahaan Pembiayaan di Indonesia.....	45
4.2	Profil PT. Mega Central Finance.....	47
4.3	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	47
4.4	Struktur Organisasi.....	48
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
5.1	PT. Mega Central Finance sebagai Perusahaan Pembiayaan	51
5.1.1	Mekanisme Pembiayaan PT. Mega Central Finance	53
5.2	Analisis Strategi Perusahaan	56
5.3	Analisis Lingkungan Eksternal.....	57
5.3.1	Analisis <i>PESTEL</i>	58
5.3.2	Five Forces Porter	71
5.3.3	Pemetaan Kelompok Strategis	82
5.4	Analisis Lingkungan Internal	89
5.4.1	Analisis Sumber Daya.....	90
5.4.2	Analisis Kapabilitas	96
5.4.3	Analisis VRIO.....	99
5.5	Analisis SWOT.....	104
5.5.1	Analisis SWOT Matrix	107
5.6	Diamond Strategy.....	111
5.6.1	Arena.....	112

5.6.2	Kendaraan	114
5.6.3	Pembeda	116
5.6.4	Pementasan.....	116
5.6.5	Logika Ekonomi.....	117
BAB VI KESIMPULAN.....		119
6.1	Kesimpulan.....	119
6.2	Implikasi	122
6.3	Keterbatasan Penelitian	122
6.4	Saran Penelitian	123
DAFTAR PUSTAKA		124
LEMBAR KUESIONER		129
HASIL KUESIONER		131
LAMPIRAN WAWANCARA.....		132

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pangsa Pasar Penjualan Sepeda Motor Merk Honda di Jakarta	2
Grafik 5.1 Pertumbuhan Perekonomian Indonesia 2021	61
Grafik 5.2 Presentase Tingkat Pengangguran Terbuka DKI Jakarta 2021	61
Grafik 5.3 Jumlah Kendaraan Bermotor Berdasarkan Jenis di Jakarta.....	62
Grafik 5.4 Persentase Rumah tangga yang Memiliki Akses Internet menurut Provinsi 2020	66
Grafik 5.5 Persentase Penduduk Usia 5 Tahun Ke Atas yang Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir menurut Lokasi 2015—2020	66
Grafik 5.6 Pangsa Pasar Perusahaan Pembiayaan di Jakarta Selatan	73
Grafik 5.7 Penjualan MCF Pasar Minggu berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Narasumber	36
Tabel 3.2 Faktor Lingkungan Makro yang mempengaruhi Perusahaan Pembiayaan	38
Tabel 3.3 Analisis <i>PESTEL</i> mempengaruhi Perusahaan.....	38
Tabel 3.4 Faktor Lingkungan Industri yang mempengaruhi Persaingan Perusahaan Pembiayaan	39
Tabel 3.5 Analisis Persaingan dalam Industri	40
Tabel 3.6 Analisis Produk Substitusi.....	42
Tabel 3.7 Tabel Matriks SWOT	43
Tabel 5.1 Analisis <i>PESTEL</i>	70
Tabel 5.2 Analisis Peraingan antar Kompetitor	72
Tabel 5.3 Analisis Hadiranya Pendatang Baru	74
Tabel 5.4 Analisis Produk Substitusi.....	76
Tabel 5.5 Analisis Daya Tawar Menawar Pemasok	78
Tabel 5.6 Analisis Daya Tawar Menawar Pembeli.....	79
Tabel 5.7 Analisis <i>Five Forces</i>	81
Tabel 5.8 Kesimpulan Sumber Daya dan Kapabilitas MCF Pasar Minggu	99
Tabel 5.9 Analisis VRIO MCF Pasar Minggu	100
Tabel 5.10 Analisis SWOT Matrix MCF Pasar Minggu	107
Tabel 5.11 Area Cover MCF Pasar Minggu	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Mekanisme Sewa Pembiayaan	11
Gambar 2.2 Mekanisme Jual dan Sewa Balik.....	12
Gambar 2.3 Mekanisme Anjak Piutang	14
Gambar 2.4 Mekanisme Pembelian dengan Pembayaran secara Angsuran	15
Gambar 2.5 Analisis PESTEL.....	16
Gambar 2.6 Analisis Five Forces	19
Gambar 2.7 Ilustrasi Gambar Pemetaan Kelompok Strategis.....	26
Gambar 2.8 VRIO Framework.....	28
Gambar 2.9 Diamond Strategy.....	31
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cabang	50
Gambar 5.1 Perhitungan Skema Angsuran Pembiayaan Motor dan Penetapan Bunga Efektif	51
Gambar 5.2 Contoh Formulir Perjanjian Kredit yang disepakati Kreditur	52
Gambar 5.3 Alur Mekanisme Pengajuan Pembiayaan MCF	53
Gambar 5.4 Contoh Pooling Order dari Dealer	54
Gambar 5.5 Proses Penularan Covid-19	64
Gambar 5.6 Tujuan Penggunaan Internet Perkotaan dan Pedesaan.....	67
Gambar 5.7 SLIK Calon Debitur	68
Gambar 5.8 Perbandingan Skema Angsuran dengan Uang Muka 13%.....	77
Gambar 5.9 Contoh pencarian informasi MCF Pasar Minggu melalui Internet ...	80
Gambar 5.10 Pemetaan Kelompok Strategis Perusahaan Pembiayaan di Jakarta Selatan.....	84
Gambar 5.11 Kritikan Dealer dikarenakan Proses MCF Lama	86
Gambar 5.13 Mobile Application MCF New Zoom.....	92
Gambar 5.14 Contoh Keterlambatan Respon Manajerial Pusat.....	93
Gambar 5.15 Denah Lokasi Dealer yang Bekerjasama dengan MCF Pasar Minggu	95



Gambar 5.16 Contoh Brosur dan Aktivitas Kanvasing door to door.....	97
Gambar 5.17 Salah satu Aktivitas Surveyor dengan pihak Dealer dalam membangun hubungan emosional.....	98
Gambar 5.18 Keunggulan Promosi MCF dibandingkan FIF.....	98
Gambar 5.19 Perumusan Diamond Strategy MCF Pasar Minggu	118