

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam mempertahankan hidupnya, manusia melakukan berbagai jenis cara yang salah satunya adalah bekerja ataupun memulai bisnis untuk memenuhi semua kebutuhannya. Kebutuhan manusia tersebut tidak pernah ada habisnya, semakin hari akan semakin besar dan semakin bertambah apa yang diinginkannya. Maka, hidup di jaman *modern* saat ini membuat manusia memiliki dorongan untuk memiliki semuanya secara instan dan cepat<sup>1</sup>. Dengan demikian pula maka manusia didorong untuk bekerja lebih keras, berusaha lebih keras sehingga semua kebutuhannya tersebut bisa terpenuhi dan akan akhirnya menimbulkan rasa kepuasan pada diri sendiri. Pemenuhan kebutuhan hidup secara cepat telah mendorong dan membuka peluang bagi manusia untuk melakukan kegiatan bisnis. Aktivitas bisnis itu dipenuhi oleh berbagai bentuk hubungan bisnis atau kerjasama bisnis yang melibatkan para pelaku bisnis. Hubungan bisnis atau kerjasama bisnis yang terjadi sangat beraneka ragam tergantung pada bidang bisnis apa yang sedang dijalankan. Dengan semakin berkembangnya aktivitas bisnis sekarang ini maka keperluan akan modal atau dana bagi pelaku usaha juga semakin meningkat. Oleh karena itu, sarana penyediaan dana yang dibutuhkan oleh pelaku usaha ataupun masyarakat perlu diperluas.

Bank merupakan sebuah lembaga penyedia dana atau suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana untuk masyarakat baik dalam bentuk kredit dan lainnya. Dalam Undang – Undang No 10 Tahun 1998, perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional. Sistem kerja perbankan mencakup tentang menarik uang yang dirasa terlalu banyak beredar dimasyarakat dengan bentuk simpanan, baik investasi maupun tabungan dan menyalurkan kembali uang tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan lainnya dengan tujuan agar

---

<sup>1</sup> Wicky Firdaus (2018), The Beginning of Millenial Life, sumber : [www.era.id](http://www.era.id)

masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan membangun aktivitas bisnis<sup>2</sup>.

Selain dari lembaga keuangan perbankan, sarana penyediaan dana juga dapat diperoleh melalui lembaga keuangan non bank yang juga memiliki fungsi sebagai bank yaitu penyalur fasilitas dalam bentuk kredit untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan tersebut. Lembaga keuangan non bank ini disebut dengan perusahaan pembiayaan, yaitu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya lebih menekankan pada fungsi pembiayaan dalam bentuk penyediaan modal usaha maupun barang modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat<sup>3</sup>. Pertumbuhan perusahaan pembiayaan atau *leasing* di industri keuangan saat ini memiliki pengaruh yang cukup besar dengan berbagai fasilitas kredit dana tunai yang disediakan guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat luas dan para calon pengusaha sebagai kredit modal usaha. Ini merupakan alasan dari keterbatasan jangkauan penyebaran kredit oleh bank dan keterbatasan dalam penyaluran dana.

Seiring dengan berkembangnya perusahaan pembiayaan di Indonesia, *brand* atau merek dari suatu perusahaan tertentu terkait menjadi sorotan masyarakat karena dapat dianggap sebagai perusahaan besar di industri dan dipercaya masyarakat sehingga masyarakat dapat menggunakan fasilitas kredit dari perusahaan tersebut. Beredar nama brand terkenal industri pembiayaan seperti Adira (PT Adira Dinamika Multi Finance), FIF (PT Federal International Finance), OTO Group (PT Summit Oto Finance), BFI Finance dan lain sebagainya yang dianggap sebagai perusahaan besar yang terkenal dan sudah dipercaya masyarakat.

Dengan semakin kompetitifnya persaingan pasar di industri pembiayaan saat ini, Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya dalam persaingan industri dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan<sup>4</sup>. Pentingnya mengetahui posisi perusahaan di industri menjadi perhatian khusus bagi manajemen sebagai indikator dari daya saing pasar yaitu

---

<sup>2</sup> M.D. Tsukasa (2012), Sistem Kerja Bank Umum, sumber : take4give.wordpress.com

<sup>3</sup> Admin Cermati.com (2015), Mengenal Perusahaan Pembiayaan dan Cara Kerjanya, sumber : cermati.com

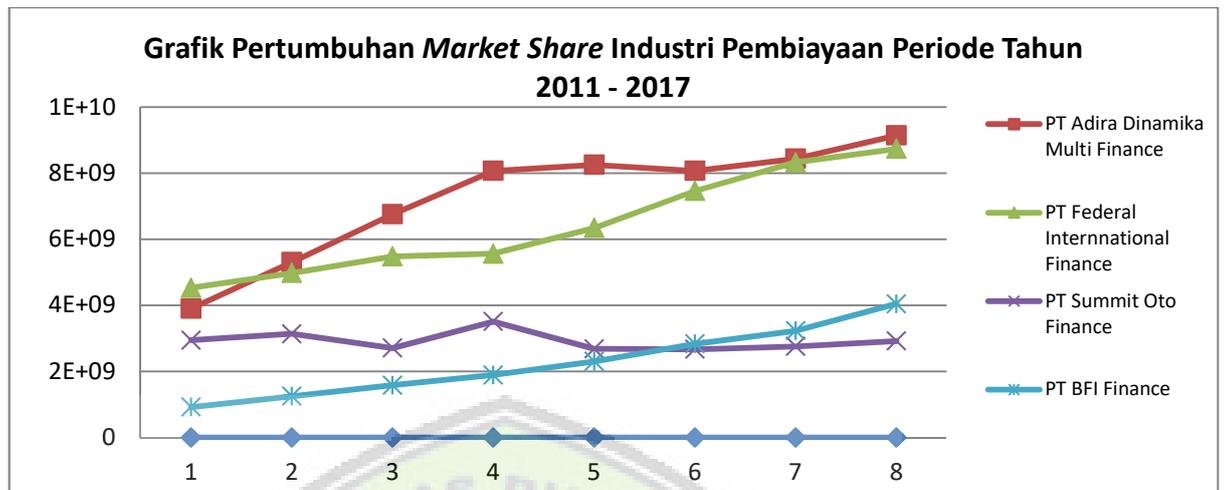
<sup>4</sup> F.S.Siburian., T.Parengkuan., J.Maramis, 2017, Analisis Kinerja Keuangan berbasis market share pada industri telekomunikasi, Universitas Sam Ratulangi Manado

seberapa baik perusahaan melakukan penjualan dibandingkan dengan para pesaing di industri yang sama dan seberapa banyak perusahaan dapat menguasai pasar. Istilah ini disebut dengan *competitive position*. Dengan memperhatikan dan memposisikan perusahaannya di industri yang kompetitif, maka diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaannya dalam menguasai pangsa pasar yang semakin besar. *Competitive Position* perusahaan dapat diukur dengan tingkat pencapaian *market share*. *Market share* bertujuan untuk mendapatkan kekuatan pembandingan di dalam pasar (*competitive market power*). *Market share* memberikan cara untuk melakukan *benchmark* (perbandingan) dari *share* atau *brand* perusahaan terhadap kompetitor terbesarnya.

Untuk menghadapi persaingan di industri, maka diperlukan strategi–strategi untuk menciptakan keunggulan–keunggulan mutlak dalam mempertahankan *brand* atau merek dagang suatu perusahaan. Michael porter telah mengidentifikasi lima kekuatan kompetitif yang menentukan daya tarik jangka panjang intrinsik sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu pesaing industri, pendatang baru potensial, produk pengganti, daya pembeli, dan pemasok. Dengan menggunakan teori strategi kompetitif oleh Michael Porter, diharapkan perusahaan untuk dapat menciptakan strategi – strategi sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya dalam persaingan industri.

PT Adira Dinamika *Multi Finance* atau yang lebih dikenal dengan nama Adira *Finance* merupakan salah satu perusahaan pembiayaan konsumen yang melakukan kegiatan usahanya khusus di bidang pembiayaan tunai, yang berfokus pada pemberian kredit baik berupa kendaraan, properti, elektronik maupun kredit modal usaha. Dengan semakin berkembangnya pasar industri pembiayaan telah memberikan dampak pada semakin ketatnya persaingan, sehingga dapat mempengaruhi pasar sasaran dari Adira *Finance*. Keadaan ini berpengaruh terhadap fluktuasi *volume* penjualan untuk bersaing dalam merebut pangsa pasar di industri.

Tabel. 1 Grafik Pertumbuhan *Market Share* PT Adira Dinamika *Multi Finance* di industri sejenis pada periode 2011 – 2017



Sumber : data diolah laporan keuangan perusahaan terkait periode 2010 – 2017

Perkembangan industri pembiayaan di Indonesia tumbuh semakin pesat. Terhitung Market Growth (pertumbuhan pasar) dari industri pembiayaan (berdasarkan sumber data diolah) yaitu : Periode tahun 2010 ke 2011 adalah 20,39%, periode tahun 2011 ke 2012 adalah 13,44%, periode tahun 2012 ke 2013 adalah 15,32%, periode tahun 2013 ke 2014 adalah 3,07%, periode tahun 2014 ke 2015 adalah 7,83%, periode tahun 2015 ke 2016 adalah 9,64%, periode tahun 2016 ke 2017 adalah 10,84%. Ini diartikan bahwa meskipun mengalami penurunan tetapi Market Growth dari industri pembiayaan ini secara umum semakin bertumbuh karena tidak bernilai minus dalam tingkat pertumbuhannya. Tercatat 6 perusahaan besar di industri pembiayaan ini, yaitu PT Adira Dinamika Multi Finance, PT Federal International Finance, PT Summit OTO Finance, PT BFI Finance, PT Sinarmas Multi Finance, dan PT Radana Bhaskara Finance. Dikatakan perusahaan besar dikarenakan, keenam perusahaan ini merupakan perusahaan pembiayaan yang memiliki jumlah aset 1 Triliun Rupiah.

Berdasarkan data diatas, pada tahun 2010 PT Adira dapat diklasifikasikan sebagai *market challenger* (perusahaan yang memperoleh *market share* di posisi *runner – up* atau dibawah pemimpin pasar dan sebagai perusahaan penantang pasar yang ingin meraih *market share* lebih tinggi dan dalam usaha tersebut mereka berhadapan secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar di industri dengan tingkat pencapaian *sales* berada dibawah *market leader*

(perusahaan yang menguasai *market share* terbesar di industri dan dianggap sebagai pemimpin pasar) yaitu PT FIF. Dan selanjutnya sejak tahun 2011 hingga 2017 tercatat bahwa PT Adira mampu meraih dan mempertahankan posisinya sebagai *market leader* dengan tingkat pencapaian *sales* yang cenderung meningkat setiap tahun, terkecuali pada periode 2014 ke periode 2015 yang mengalami sedikit penurunan sebesar 8,06%.

Dalam skema *marketing*, dikenal dengan istilah “*brand equity*”, yaitu suatu nilai yang diperoleh dari memiliki sebuah nama *brand* yang dikenal secara luas. Konsep tersebut dikenal dengan semakin besar potensi pasar yang tersedia dibandingkan dengan semakin terkenalnya sebuah *brand*, maka nilai dari suatu *brand* menjadi lebih berarti. Didasarkan pada anggapan para ahli, bahwa konsumen senantiasa berpikir bahwa *brand* yang terkenal itu lebih baik dibanding dengan *brand* yang kurang terkenal. Dengan nilai yang diperoleh dari terkenalnya suatu *brand* tersebut cenderung akan meningkatkan *value* dari perusahaan tersebut yang akan berefek langsung pada peningkatan harga produk dan mengakibatkan pada peningkatan harga produk dengan peningkatan keuntungan yang signifikan<sup>5</sup>. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan adalah suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan – kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi maka akan mencerminkan pendapatan yang meningkat<sup>6</sup>.

Dalam rangka usaha untuk memperbesar *volume* penjualannya, sebagian besar perusahaan menjual produknya dengan bentuk kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang dan barulah kemudian pada hari jatuhnya terjadi aliran kas masuk (*cash inflows*) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut<sup>7</sup>. Dalam perusahaan pembiayaan, produk yang diperjual belikan adalah jasa *financial lease* yaitu dalam bentuk pembiayaan tunai kepada nasabah yang membutuhkan dan kemudian mendapat timbal balik dengan pembayaran kembali produk tersebut beserta dengan kompensasinya (bunga) secara bertahap atau berangsur – angsur. Maka dapat diartikan bahwa pembiayaan

---

<sup>5</sup> *Inksomnia Solution, 2017, Ketika Sebuah Brand Menjadi Sebuah Harta, klikonsul.com*

<sup>6</sup> *Gitman yang dikutip oleh Tita Deitiana dalam Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol 13 No 1 April 2011*

<sup>7</sup> *Prof Dr Bambang Riyanto, Dasar – dasar Pembelanjaan perusahaan, 2010, hal 85*

tunai ini berupa penjualan kredit atau piutang yang merupakan elemen modal kerja yang juga selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja. Diperhitungkan dengan menggunakan salah satu rasio aktifitas yaitu *Account Receivable Turnover* atau rasio perputaran piutang untuk menghitung seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan piutangnya. Semakin tinggi *turnover*-nya, berarti semakin cepat perputarannya yang berarti semakin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang jadi semakin cepat pula pergerakan piutang menjadi pendapatan atau penerimaan dalam bentuk kas.

Semakin besar pendapatan atau penjualan perusahaan diharapkan akan berdampak positif terhadap laba. Jika laba perusahaan semakin besar maka akan menghasilkan tingkat pengembalian yang besar pula atas investasi yang dilakukan perusahaan yang tercermin dalam tingkat aset. Perbandingan tingkat laba dengan total aset yang dimiliki perusahaan dapat diketahui dengan menghitung rasio *Return On Asset* atau rasio tingkat pengembalian atas aset. Rasio ini digunakan untuk melihat sejauh mana investasi yang dilakukan yang dalam hal ini ditanamkan pada aset mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset.

Untuk meningkatkan aset perusahaan maka, manajemen harus memiliki sumber dana. Sumber dana perusahaan bisa berasal dari *intern* dan *extern*. Sumber dana intern yang dimiliki perusahaan yaitu dalam bentuk laba ditahan, dan sumber dana perusahaan bisa diperoleh dari luar perusahaan atau bersifat *ekstern* yaitu hutang. Untuk membandingkan seberapa jauh hutang perusahaan dapat membiayai investasi pada aset maka digunakan rasio hutang terhadap aset atau *debt ratio*. *Debt Ratio* juga digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset<sup>8</sup>. *Debt Ratio* menunjukkan hasil yang meningkat, ini berarti pendanaan aktiva oleh hutang semakin banyak, maka persentase bunga dari hutang yang dipinjam oleh perusahaan juga akan semakin besar sehingga beban bunga dan keuangan pada laporan laba rugi

---

<sup>8</sup> Dr Kasmir, 2017, Analisis Laporan Keuangan, Raja Grafindo

perusahaan juga akan memiliki nilai yang besar dan akan berdampak dengan *net profit* akhir.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika perputaran piutangnya semakin tinggi maka investasi perusahaan pada aset akan menurun karena dengan perputaran tersebut akan menciptakan pendapatan yang semakin tinggi. Dan hasil akhir dari pendapatan tersebut adalah *profit*. Dengan menciptakan pendapatan yang tinggi diharapkan perusahaan akan mendapatkan *profit* yang meningkat pula. *Profit* perusahaan yang meningkat seharusnya juga akan menyebabkan *return* perusahaan atas investasinya tersebut juga meningkat. Maka untuk mencapai hal tersebut diperlukan sumber dana yang memadai dan kinerja manajemen yang baik dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Bagi suatu perusahaan, kinerja perusahaan tersebut bisa diukur melalui analisa kinerja keuangan yang dapat dijadikan sebagai acuan dan pedoman untuk merencanakan kebijakan perusahaan di sebagai tolak ukur masa depan. Alat yang digunakan untuk melakukan analisa tersebut diperoleh dari laporan keuangan.

Adapun data mengenai dinamika rasio – rasio keuangan dan perolehan *market share* PT Adira pada tahun 2011 – 2017 secara umum disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 1.1 Daftar Rasio Keuangan, persentase *market share* dan nilai *sales* yang diperoleh oleh PT Adira Dinamika Multi Finance pada periode tahun 2011 – 2017.**

Keterangan	<i>Account Receivable Turnover (ARTO)</i>	<i>Debt Ratio (DR)</i>	<i>Return On Assets (ROA)</i>	<i>Market Share</i>	<i>Sales</i>
2011	0,39	73,82 %	9,36%	34,61%	5.303.513.000
2012	0,30	80,22%	5,52%	38,85%	6.752.924.000
2013	0,28	80,57%	5,47%	40,33%	8.064.626.000
2014	0,29	86,52%	2,49%	39,94%	8.251.148.000
2015	0,32	84,28%	2,61%	36,17%	8,066.259.000
2016	0,33	81,99%	3,43%	34,49%	8.431.074.000
2017	0,35	80,52%	4,29%	33,72%	9,136.869.000

Sumber : Data diolah berdasarkan laporan keuangan PT Adira Dinamika *Multi Finance* pada periode 2011 – 2017.

Berdasarkan analisis data diatas, maka fenomena utama yang terjadi pada PT Adira Dinamika Multi Finance adalah Terjadi kenaikan yang cukup signifikan pada penjualan tetapi tidak sejalan dengan perolehan Market Sharenya. Seharusnya, apabila penjualan perusahaan meningkat, maka perusahaan mengharapkan bahwa perolehan market share nya juga akan meningkat atau sisi penguasaan pasarnya semakin besar dan kuat. Tercatat pertumbuhan penjualan dari peiode tahun 2011 sampai 2017 cenderung meningkat setiap tahunnya, meski tidak secara signifikan terkecuali pada periode tahun 2014 ke 2015 yang pertumbuhan penjualannya mengalami penurunan sebesar 2,24%. Sedangkan tingkat penguasaan pasarnya juga melemah di 4 periode terakhir, yaitu menurun sebesar 0,73% dan tahun berikutnya menurun kembali sebesar 9,43% dan periode selanjutnya juga menurun kembali sebesar 4,66%. Hal ini diduga dikarenakan oleh menguatnya posisi kompetitor dalam menguasai pasar industri.

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk mampu mempertahankan posisinya di industri sebagai Market Leader meskipun perolehan Market Sharenya cenderung menurun pada periode 2013 hingga 2017. Ini diduga terjadi karena meskipun kompetitor mampu menguasai pasar yang semakin banyak tetapi jika dilihat dari total penjualan yang diterima, maka kompetitor masih memiliki total penjualan dibawah dari yang diperoleh PT Adira tersebut.

Melalui tabel 1.1 dapat diperhatikan bahwa pada periode tahun 2011 sampai 2013 penjualan atau sales dari PT Adira mengalami kenaikan setiap tahunnya yang juga menyebabkan perolehan Market Share nya juga meningkat. Faktor yang mendorong penjualan meningkat adalah dikarenakan aktivitas nya yang semakin besar, ini dicerminkan dari tingkat asetnya yang meningkat, jika tingkat penambahan dalam asetnya semakin besar dan tidak sebanding dengan penjualan yang diterima perusahaan maka akan menyebabkan rasio ARTO menurun atau diduga terjadi pelambatan pada perputaran piutang nya menjadi kas bersih. Penambahan aset ini terjadi akibat perusahaan menambah jumlah hutang yang dimilikinya sehingga sumber dananya bertambah dan kemudian digunakan untuk membiayai invesatsinya dalam aset sehingga aset tersebut bertambah dengan

diharapkan bahwa jika hutang yang dimiliki perusahaan meningkat artinya aktivitas perusahaan semakin besar sehingga seharusnya akan menciptakan penjualan yang semakin meningkat pula. Akibat dari hutang perusahaan yang meningkat ini pula, maka akan menimbulkan beban atas hutang tersebut atau beban bunga yang dimiliki akan semakin besar sehingga akan mengurangi profit atau keuntungan yang dimiliki perusahaan, maka tingkat ROA akan mengalami penurunan.

Melalui tabel 1.1 dapat diperhatikan bahwa pada periode tahun 2013 sampai 2014, pertumbuhan sales mengalami peningkatan sebesar 2,31% dari tahun sebelumnya, kenaikan sales ini tidak sejalan dengan perolehan Market Share yang dimiliki perusahaan yang justru menurun sebesar 0,73%. Sales yang meningkat ini diduga terjadi karena aktivitas perputaran piutangnya semakin cepat. Tingkat debt ratio yang meningkat ini juga diduga terjadi akibat perusahaan menambah jumlah hutangnya untuk menambah investasinya dalam aset yang sejalan dengan ROA yang mengalami penurunan karena penambahan hutang menyebabkan beban atas hutang tersebut semakin besar sehingga dapat berdampak pada profit yang semakin kecil dan ROA pun menurun.

Melalui tabel 1.1 dapat diperhatikan bahwa pada periode tahun 2014 hingga 2017, sales yang dimiliki perusahaan cenderung meningkat tetapi tidak sejalan dengan Market Sharenya yang mengalami penurunan setiap tahunnya. Jika diperhatikan dari faktor rasio keuangan yang mendukungnya maka dapat diperhatikan bahwa rasio ARTO mengalami peningkatan setiap tahunnya, artinya bahwa perusahaan semakin baik dalam mengelola asetnya. Dan perusahaan juga mengurangi jumlah hutang yang dimilikinya sehingga hutang atas beban tersebut juga semakin berkurang sehingga profit yang dimiliki perusahaan akan meningkat dan menyebabkan ROA juga mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di PT Adira Dinamika Multi Finance jika dibandingkan dengan industri, maka dalam perolehan *Market Share*, perusahaan yang menjadi kompetitor utama adalah PT Federal International Finance. Pada 2010 hingga 2011, PT FIF mampu menjadi *Market Leader* di industri pembiayaan, tetapi periode tahun 2011 hingga 2017, PT FIF memposisikan perusahaannya sebagai *Market Challenger* yang berusaha meraih

pangsa pasar yang lebih besar untuk bersaing dengan *Market Leader* di industrinya yaitu PT Adira Dinamika Multi Finance. Selain PT Federal International Finance, terdapat perusahaan lain yang bisa dikatakan sebagai kompetitor yaitu PT BFI Finance, PT Summit Oto Finance, PT Sinarmas Multi Finance dan PT Radana Bhaskara Finance

Jika dibandingkan dengan industrinya, rasio perputaran piutang atau *Account Receivable Turnover* yang dimiliki PT Adira Dinamika Multi Finance cenderung sangat lambat, karena periode perputarannya hanya berkisar 0,3 kali dalam satu tahun yang dapat diartikan yaitu lama periode perputaran piutang (penjualan kredit) menjadi pendapatan yaitu sekitar 3 tahun satu kali. Dalam perbandingan rasio perputaran piutang ini, yang menjadi kompetitor utama adalah PT BFI Finance yang memiliki nilai rata-rata rasio perputaran piutang adalah 2,14 kali dalam satu tahun yang dapat diartikan bahwa perputaran piutangnya (penjualan kredit) lebih cepat dalam menciptakan penjualan dengan periode waktu sekitar 5 sampai 6 bulan saja. Dibandingkan dengan kompetitor utamanya dalam perolehan market share, PT FIF memiliki nilai rasio perputaran piutangnya yang lebih lambat dibandingkan PT Adira Dinamika Multi Finance dengan rata-rata rasio ARTO 0,29. Ini disebabkan karena piutang yang dimiliki PT FIF meningkat dengan signifikan setiap tahunnya dengan pendapatan yang diterima meningkat tidak sebanding dengan peningkatan piutangnya.

Jika dibandingkan dengan rasio hutang yang dimiliki PT Adira adalah sekitar 81,13%, ini diartikan bahwa perusahaan menggunakan 81,13% sumber dana ekstern yaitu hutang dalam membiayai seluruh aktivitasnya. Bagi perusahaan pembiayaan, semakin banyak sumber dana yang dimiliki akan membuat semakin banyak peluang untuk meraih *market share* yang lebih besar. Jadi semakin banyak sumber dana *ekstern* yang dimiliki perusahaan akan memiliki kontribusi yang besar dalam perolehan *market share* yang semakin besar pula. Dibandingkan industrinya, PT Radana Bhaskara Finance adalah perusahaan pembiayaan yang memiliki nilai rasio hutang yang sangat besar tetapi jika di perhatikan dalam perolehan *market share*nya di industri, rasio hutang yang tinggi tersebut belum mampu mendorong perusahaan dalam memperoleh *market share* yang lebih besar.

Setelah proporsi sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitasnya atau investasinya dalam aset adalah dengan mengetahui hasil kinerja akhir dari investasi tersebut, yang dicerminkan oleh rasio *Return On Asset* atau rasio profitabilitas yang menggambarkan hasil pengebalian atas investasi yang dilakukan pada aset. Perusahaan pembiayaan dengan rata-rata rasio ROA yang tertinggi adalah PT BFI Finance (6,63%), PT Federal International Finance (5,77%), PT Adira Dinamika Multi Finance (4,74%), PT Sinarmas Multi Finance (2,16%), PT Summit Oto Finance (1,99%), PT Radana Bhaskara Multi Finance (1,05%). Meskipun PT Adira Dinamika Multi Finance berada di urutan ketiga dalam perhitungan ROA, tetapi PT Adira Dinamika Multi Finance tetap mampu mempertahankan posisinya di Industri sebagai *Market Leader*.

Dengan fenomena yang terjadi pada PT Adira Dinamika *Multi Finance* dalam periode 2011 – 2017, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisa Pengaruh *Account Receivable Turnover (ARTO)*, *Debt Ratio (DR)*, dan *Return On Assets (ROA)* Terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika *Multi Finance* Pada Periode Tahun 2011 – 2017”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang akan diajukan oleh penulis, dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. PT Adira Dinamika Multi Finance mampu mempertahankan posisinya di Industri pembiayaan dengan perolehan *Market Share* tertinggi dengan kompetitor utamanya yaitu PT Federal Internasional Finance. Ada banyak faktor yang menyebabkan mengapa PT Federal International Finance mampu bersaing ketat dengan PT Adira Dinamika Multi Finance meskipun PT Federal International Finance sendiri bukan merupakan perusahaan *go public* yang terdaftar langsung di Bursa Efek Indonesia melainkan dibawah naungan dari Astra Group.
2. Rasio perputaran piutang (*Account Receivable Turnover*) PT Adira Dinamika Multi Finance cenderung lambat sehingga tidak menghasilkan penjualan yang maksimal dikarenakan terjadi *over investment* pada piutang. Meskipun rasio ARTO nya cenderung lambat dibandingkan perusahaan pembiayaan lainnya

(PT BFI Finance, PT Sinarmas Multi Finance dan PT Summit OTO Finance), PT Adira mampu memperoleh *market share* atau penjualan tertinggi dibandingkan perusahaan tersebut.

3. PT Adira Dinamika Multi Finance merupakan salah satu perusahaan yang memiliki rasio hutang terbesar di Industri Pembiayaan. Dengan rata-rata 81,13% sumber dana yang digunakan untuk membiayai aktivitasnya berasal dari hutang maka beban yang dihasilkan juga akan semakin besar, tetapi mampu memperoleh pangsa pasar yang lebih besar pula.
4. Hasil pengembalian investasi yang dimiliki PT Adira Dinamika Multi Finance tentu belum maksimal, dikarenakan hutang perusahaan yang banyak maka beban atas hutang tersebut dalam bentuk bunga juga semakin besar sehingga berdampak pada *profit* perusahaan yang menurun menjadikan nilai rasio ROA yang dimiliki perusahaan juga semakin kecil.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Account Receivable Turnover* (ARTO) memiliki pengaruh terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.
2. Apakah *Debt Ratio* (DR) memiliki pengaruh terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.
3. Apakah *Return On Assets* (ROA) memiliki pengaruh terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.
4. Apakah *Account Receivable Turnover* (ARTO), *Debt Ratio* (DR), dan *Return On Assets* (ROA) secara simultan memiliki pengaruh terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Account Receivable Turnover* (ARTO) terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Debt Ratio* (DR) terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Account Receivable Turnover* (ARTO), *Debt Ratio* (DR), dan *Return On Assets* (ROA) terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika Multi Finance di Industri Pembiayaan Pada Periode 2011 – 2017.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis  
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan disiplin ilmu akuntansi serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan perbandingan untuk penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan ARTO, DR, dan ROA terhadap *Competitive Position* Industri Pembiayaan.
2. Manfaat Bagi Perusahaan  
Agar dapat memberikan sumbangan pikiran atau masukan berupa saran – saran serta pertimbangan kepada manajemen dibidang *financial*. Selanjutnya untuk pertimbangan investor untuk memilih perusahaan dibidang apa yang layak untuk dipilih untuk berinvestasi.
3. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat lebih memperdalam pengetahuan mengenai pengaruh rasio keuangan terhadap *competitive position* di industri dan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *competitive position* perusahaan di industri.

## **1.6 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah yang ada dalam penelitian ini supaya lebih jelas dan terperinci. Tulisan ini dibatasi pada rasio yang digunakan oleh penulis sebagai variabel independen atau bebas yaitu *Account Receivable Turnover*, *Debt Ratio* dan *Return On Assets* terhadap *Competitive Position* yang diukur dengan tingkat pencapaian *Market Share* pada obyek yang dipilih adalah PT Adira Dinamika *Multifinance* di Sektor Industri Pembiayaan pada periode tahun 2011 – 2017.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam skripsi ini akan disajikan dalam 5 (lima) bab yang berurutan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah tentang pengaruh variabel ARTO, DR, dan ROA terhadap *Competitive Position* PT Adira Dinamika *Multi Finance* di Industri, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan bagian yang berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar acuan teori bagi penelitian antara lain tentang laporan keuangan, kinerja keuangan, strategi *positioning* perusahaan, analisis laporan keuangan, analisis rasio keuangan, dan penjelasan masing – masing variabel ARTO, DR, dan ROA yang berpengaruh terhadap *Competitive Position* yang dicerminkan dengan pencapaian *market share*, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang uraian mengenai variabel penelitian yaitu pencapaian *market share* sebagai variabel dependennya dan variabel ARTO, DR, dan ROA sebagai variabel independennya, penggunaan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis penelitian yang digunakan.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mendeskripsikan obyek penelitian yaitu PT Adra Dinamika Multi Finance dan Perusahaan sejenis lainnya di Industri Pembiayaan serta masalah tentang hasil dari analisis pengaruh TATO, DR, dan ROA terhadap *Competitive Position* di Industri yang dicerminkan oleh pencapaian *Market Share*.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rekomendasi tindakan yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk kemajuan lebih lanjut

