

## IT VALUE AND RISK PADA PT. X FINANCE

EKO BUDI SETIAWAN, S.Kom  
Teknik Informatika  
Universitas Komputer Indonesia  
[mail@ekobudisetiawan.com](mailto:mail@ekobudisetiawan.com)

---

*Sebagai perusahaan pembiayaan kendaraan terbesar di Indonesia dilihat dari perolehan laba bersih dan jumlah aset perusahaan, PT. X Finance terus bertekad untuk menjadi perusahaan pembiayaan kelas dunia. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, strategi yang dilakukan oleh PT. X Finance diantaranya dengan memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) dalam semua kegiatan operasionalnya. Nilai IT (IT Value) pada perusahaan dapat dilihat dari beberapa variabel, diantaranya firm performance, firm value dan competitive advantage dari perusahaan. Dalam penerapan TI tidak semuanya akan berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, sehingga akan menimbulkan risiko. Untuk mengantisipasi atau mengurangi kemungkinan terjadi risiko tersebut, perlu adanya suatu manajemen risiko. Salah satu penerapan manajemen risiko TI (IT Risk) di PT. X Finance dapat menggunakan standar ISO 31000. Implementasinya mencakup penentuan konteks risiko, asesmen risiko, penanganan, review dan monitoring terhadap risiko.*

**Kata Kunci :** *IT Value, IT Risk, Firm Performance, Firm Value, ISO 31000*

---

### Pendahuluan

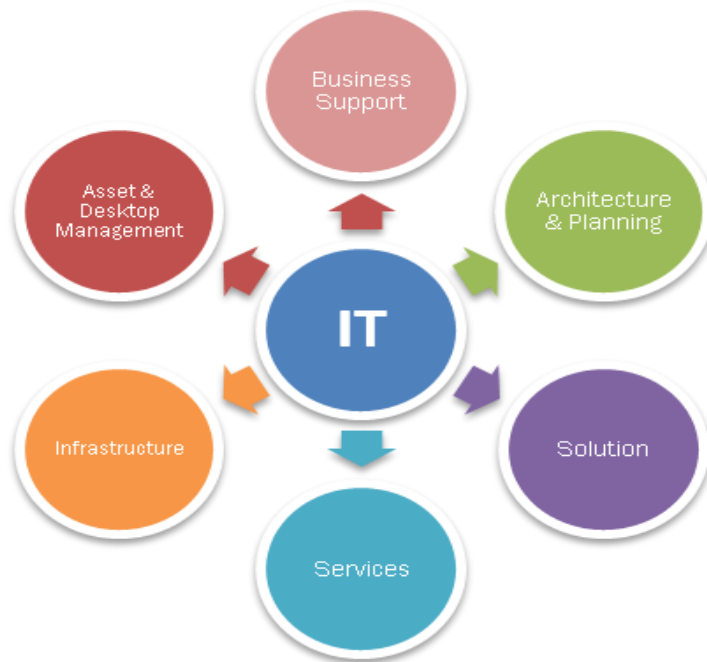
Untuk menjadi perusahaan terbaik dan terpercaya di sektor pembiayaan konsumen kendaraan bermotor, PT. X Finance terus mengembangkan strategi dengan melakukan inovasi atas produk-produk pembiayaan baru dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen yang akan mengajukan pembiayaan atau dalam melakukan pembayaran angsuran. Teknologi Informasi (TI) tentunya dapat digunakan sebagai sarana untuk mempermudah pelayanan terhadap konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai *competitive advantage* bagi perusahaan. Dengan layanan dari teknologi informasi yang digunakan, PT. X Finance saat ini telah menjadi perusahaan pembiayaan otomotif terbesar di Indonesia

dilihat dari perolehan laba bersih dan jumlah aset perusahaan.

### Proses Bisnis Teknologi Informasi PT. X Finance

Strategi yang dilakukan oleh PT. X Finance untuk meningkatkan pelayanannya diantaranya dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung semua kegiatan perusahaan. Seluruh fungsi dan kontrol yang berada dalam Subdirektorat Teknologi Informasi telah dibangun dengan mengacu pada *Control Objective for information and related Technology* (COBIT) dan *Information Technology Library* (ITIL).

Terdapat enam proses bisnis dalam manajemen TI PT. X Finance, yaitu :



**Gambar 1** Proses Bisnis Teknologi Informasi PT. X Finance

1. *Business Support*
2. *Architecture & Planning*
3. *Solution*
4. *Services*
5. *Infrastructure*
6. *Asset & Desktop Management*

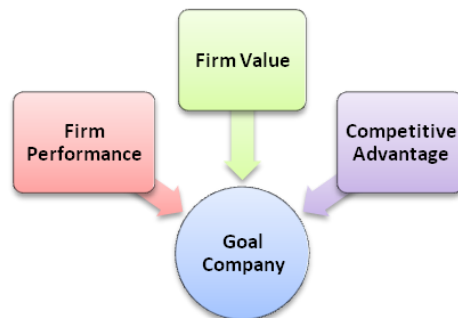
**IT Value bagi PT. X Finance**

Teknologi Informasi sangat berperan penting dalam keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan. Setiap aktifitas pada Perusahaan saat ini sebagian besar sudah terintegrasi dengan TI. Penggunaan Teknologi Informasi juga dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi internal perusahaan, meningkatkan kualitas produk serta untuk menurunkan biaya dari produksi [2]. Walaupun demikian, sulit untuk membangun hubungan yang jelas antara investasi di bidang TI dengan kinerja keuangan perusahaan yang didapat dari keuntungan produktifitas perusahaan [3]. *IT Value* pada Perusahaan dapat dilihat dari beberapa variabel, diantaranya *firm*

*performance*, *firm value* dan *competitive advantage* dari perusahaan.

**Firm Performance**

*Firm Performance* pada perusahaan dapat mengacu pada sejauh mana efektivitas dalam hal kinerja operasional dan keuangan. Untuk mengetahui *firm performance* dari suatu perusahaan dapat



**Gambar 2** *IT Value* bagi Perusahaan

**Tabel 1** Persentase Keuangan PT. X Finance

Keterangan	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Return on Investment</i>	18,9 %	29,2 %	16,0 %	17,0 %	28,4 %	28,0 %	19,3 %
<i>Return on Equity</i>	58,0 %	68,3%	51,2 %	45,7 %	52,3 %	45,7 %	38,7 %
<i>Jumlah Pendapatan</i>	26,3 %	26,5 %	23,5 %	22,5 %	30,2 %	30,7 %	37,7 %

dilihat dari *customer satisfaction*, laporan keuangan, dan efisiensi perusahaan. Banyak penghargaan yang telah diraih oleh PT. X Finance, hal tersebut menggambarkan kinerja Perusahaan dinilai sangat baik oleh konsumen. Penghargaan yang telah diraih oleh PT. X Finance diantaranya adalah :

1. *Golden Service Quality Award 2010* untuk kategori pelayanan pembiayaan kendaraan roda dua dan roda empat dalam acara *Service Quality Award 2010*.
2. *The Best in Achieving Total Customer Satisfaction* dalam acara *HR Exvellent Award*.
3. Peringkat Sangat Bagus atas Kinerja Keuangan Selama Tahun 2010 dalam acara *Infobank Multifinance Award 2010*.
4. *The Most Caring Customer Service* dalam acara *The 6th National Customer Service Championship 2010*.

Sedangkan untuk mengetahui *firm performance* dengan indikator laporan keuangan perusahaan, dapat dilihat dari *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*, jumlah pendapatan dan jumlah konsumen.

Persentase dari *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)* serta jumlah pendapatan atau laba bersih PT. X Finance dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini :

#### **Firm Value**

*Firm Value* suatu Perusahaan dapat dilihat dari perkembangan nilai saham. Saham PT. X Finance merupakan salah satu saham yang memberikan potensi keuntungan tertinggi di Bursa Efek Indonesia melalui kenaikan harga saham yang signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

#### **Competitive Advantage**

Keunggulan bersaing perusahaan apabila dilihat dari *Customer Based View (CBV)* harus dapat meningkatkan kemampuan dalam hal keunggulan bersaing dimana diantaranya harus memahami konsumen, memahami kompetitor, dan harus mengetahui kemampuan para pesaing dalam meniru produk yang ditawarkan oleh perusahaan [4]. Sedangkan dilihat dari *Resource Base View (RBV)*, keunggulan bersaing berdasarkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga persaingan pada posisi produk di pasar, dapat juga dikatakan sebagai persaingan antara sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan [5].

#### **Customer-based View (CBV)**

*Customer-based View* dapat diartikan sebagai nilai perusahaan yang dilihat dari sudut pandang konsumen sehingga perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang menjawab kebutuhan pasar. Menurut Christensen [4], *competitive advantage* merupakan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan untuk mendorong konsumennya agar lebih memilih produk atau layanan dari perusahaan tersebut daripada memilih

produk atau layanan dari perusahaan pesaing, nilai tersebut haruslah sukar ditiru oleh perusahaan kompetitor tersebut. Sehingga dapat diambil kesimpulan seperti berikut :

1. Untuk mengukur keunggulan bersaing sebuah perusahaan haruslah dilihat dari sudut pandang luar perusahaan, dalam hal ini adalah konsumen dan kompetitor.
2. Keunggulan bersaing adalah sesuatu pemahaman, sehingga sulit untuk dibedakan apakah berdasarkan dari fakta dan data yang ada atau berdasarkan pada branding dari sisi emosi konsumen.
3. Untuk mengukur keunggulan bersaing, harus fokus pada perhatian dalam hal keputusan pelanggan untuk membeli.

Dengan memperhatikan faktor sudut pandang pelanggan dan posisi kompetitor serta aksi dari kompetitor, akan membantu pihak perusahaan untuk mengambil kebijakan guna mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.

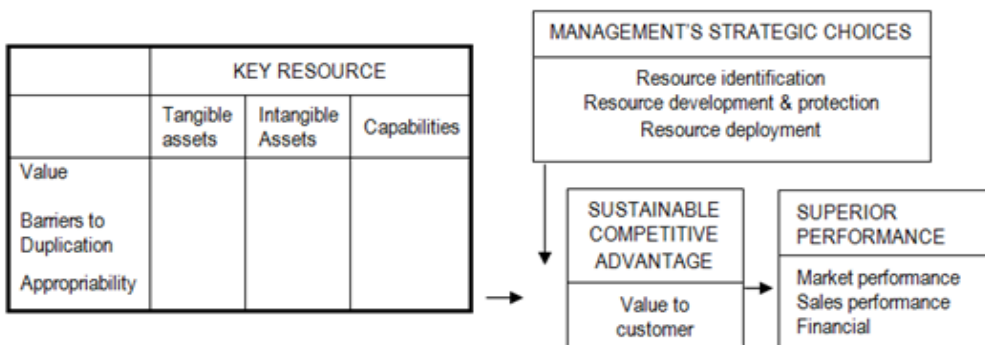
**Resource-based View (RBV)**

Resource-based View (RBV) merupakan teori utama dalam manajemen strategi yang berdasarkan pada sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan agar memiliki keunggulan bersaing sehingga

perusahaan tersebut dapat tumbuh dan berkembang. RBV dapat digunakan untuk menerjemahkan hubungan antara peranan TI dengan kinerja dari perusahaan [6]. Salah satu contoh pengembangan RBV adalah model yang dikembangkan oleh Fahy's [7] yang menunjukkan hubungan antara sumber daya kunci utama perusahaan, dan peranan dari manajemen dalam melakukan perubahan sumberdaya menjadi keunggulan kompetitif yang terus berkelanjutan, sehingga dapat terwujud *firm performance* yang baik.

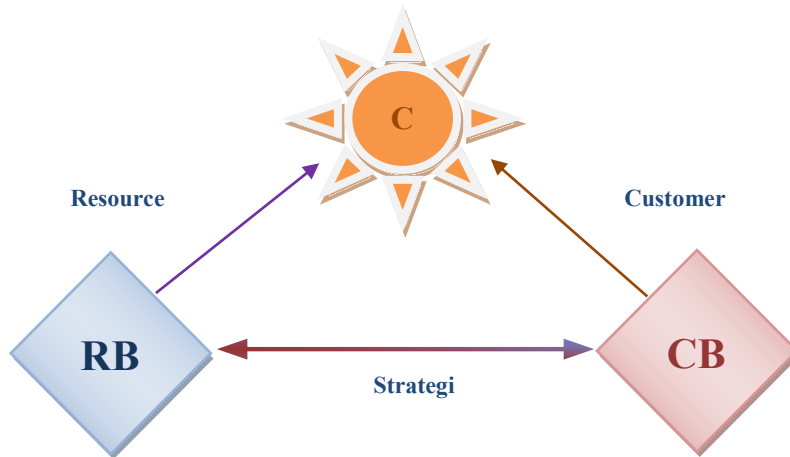
Masing-masing sumber daya yang ada dan berbeda dalam perusahaan akan memberikan hasil yang berbeda dalam menuju keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Ada tiga kategori sumber daya, yaitu *tangible assets*, *intangible assets* dan *capability*.

- a. *Tangible Assets*, berhubungan dengan jasa keuangan seperti tanah, bangunan, peralatan dan karyawan.
- b. *Intangible Assets*, seperti kepercayaan pelanggan, reputasi, intelektual properti, database dan jaringan yang lebih kompleks. Intangible Assets sulit untuk didefinisikan bila dibandingkan dengan tangible assets.
- c. *Capability*, kemampuan yang dimiliki perusahaan seperti penambahan pengetahuan dan kemampuan,



Sumber : Fahy(2000) p.100

Gambar 3 Model RBV untuk Sustainable Competitive Advantage



keterampilan dalam memimpin, kultur organisasi dan sejarah dari perusahaan itu sendiri.

Untuk mengukur performa dari ketiga kategori tersebut, dapat dilihat melalui karakteristik berikut :

- *Value*, merupakan sumber daya kunci yang memungkinkan pengimplementasian strategi guna mencapai kepuasan dari konsumen sehingga dapat meningkatkan performa dari perusahaan
- *Barriers to duplication*, dimana sumber daya kunci harus tidak dapat ditiru oleh para kompetitor
- *Appropriability*, sumber daya hanya akan menmejadi sumber daya kunci jika nilainya hanya dapat ditangkap oleh perusahaan saja, bukan oleh pengadu yang potensial seperti karyawan, klien atau pemasok.

#### Hubungan antara CBV dengan RBV

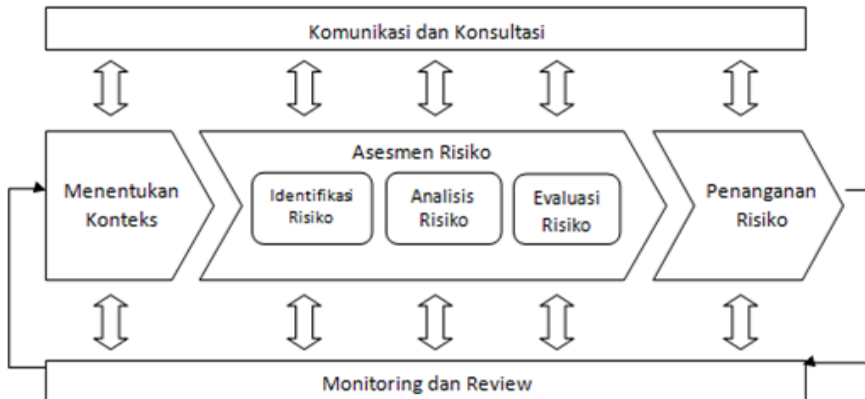
*RBV* dan *CBV* keduanya dapat saling melengkapi untuk menciptakan *competitive advantage* perusahaan. Misalkan suatu perusahaan yang memiliki sumber daya yang memadai namun tidak didukung dengan pengetahuan kebutuhan pasar, maka tidak akan mencapai

*competitive advantage* karena pasar belum tentu berminat terhadap produk yang dikeluarkan. Sebaliknya, apabila perusahaan yang memiliki pengetahuan mengenai kebutuhan pasar namun tidak didukung dengan sumber daya yang memadai, maka juga tidak akan dapat mencapai *competitive advantage*. Hubungan antara RBV dengan CBV dapat digambarkan seperti gambar 4 berikut ini .

#### Manajemen Resiko ISO 31000

Risiko menurut ISO 31000 merupakan suatu efek dari ketidakpastian terhadap suatu objek. Risiko tersebut akan berdampak negatif terhadap pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Sebelum peristiwa tersebut terjadi, perlu dipersiapkan langkah-langkah untuk antisipasi baik untuk mengurangi kemungkinan terjadinya atau menurunkan dampaknya dengan suatu manajemen risiko.

Manajemen risiko merupakan suatu proses pengukuran atau penilaian risiko serta pengembangan strategi pengelolaannya. Strategi yang dapat diambil antara lain adalah menghindari risiko, memindahkan risiko, mengurangi efek negatif risiko dan menampung



**Gambar 5** Proses Manajemen Risiko ISO 31000

sebagian atau seluruh konsekuensi atas risiko tersebut. Salah satu manajemen risiko yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan ISO 31000 dengan gambaran proses seperti pada gambar 5 berikut ini.

### Menentukan Konteks

Sebagai perusahaan pembiayaan, PT. X Finance dihadapkan dengan beberapa risiko baik yang merupakan faktor internal maupun eksternal. Risiko tersebut diantaranya adalah :

#### 1. Risiko Kredit

Risiko kredit ini muncul karena perusahaan bergerak dalam bidang pembiayaan konsumen, sehingga PT. X Finance menawarkan jasa kredit bagi masyarakat yang hendak memiliki kendaraan bermotor. Hal tersebut menyebabkan perusahaan menghadapi risiko seandainya konsumen tidak mampu memenuhi kewajibannya dalam melunasi kredit sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati antara konsumen dengan perusahaan.

#### 2. Risiko Operasional

Risiko operasional dapat disebabkan ketidakcukupan atau tidak

berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, atau kegagalan sistem. Risiko operasional dapat menimbulkan kerugian dan berpengaruh luas bagi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

#### 3. Risiko Pasar

Risiko pasar merupakan risiko yang timbul karena adanya pergerakan variabel pasar dari portofolio yang dimiliki oleh perusahaan. Yang dimaksud dengan variabel pasar disini adalah tingkat bunga dan nilai tukar.

#### 4. Risiko likuiditas

Merupakan risiko yang disebabkan karena perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban yang telah jatuh tempo.

#### 5. Risiko Hukum

Merupakan risiko yang disebabkan oleh adanya kelemahan aspek yuridis, yang antara lain disebabkan adanya tuntutan hukum, ketiadaan peraturan perundang-undangan yang mendukung atau kelemahan perikatan.

#### 6. Risiko Kepatuhan

Disebabkan karena perusahaan tidak

mematuhi atau tidak melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Konteks risiko yang ditentukan kali ini akan lebih menitikberatkan pada risiko operasional perusahaan karena berkaitan dengan teknologi informasi yang diterapkan

### Asesmen Risiko

PT. X Finance dalam mencapai tujuannya tentu dihadapkan pada risiko atau kendala yang akan berpengaruh kepada kualitas layanan yang diberikan. Risiko yang akan dibahas menitikberatkan pada risiko operasional yang dapat mempengaruhi bisnis utama dari perusahaan. Risiko operasional juga dapat mempengaruhi layanan yang diberikan kepada konsumen. Risiko operasional terhadap layanan yang diberikan dapat ditentukan berdasarkan *Resource Value* yang dapat digunakan untuk menerjemahkan hubungan antara peranan TI dengan kinerja dari perusahaan. Risiko operasional di PT. X Finance dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Risiko Operasional Pembiayaan
  2. Risiko Pelayanan Konsumen
  3. Risiko Fasilitas Pembayaran Angsuran
- Beberapa risiko dan perlakuannya yang ada di PT. X Finance adalah :



Gambar 6 Risiko Operasional Perusahaan

1. Dengan jumlah jaringan usaha PT. X Finance yang mencapai 550, maka permasalahan yang mungkin terjadi adalah terjadinya gangguan layanan *online* dalam operasional yang bisa dikarenakan oleh permasalahan kualitas jaringan yang digunakan ataupun permasalahan dari *resource server* itu sendiri. Permasalahan yang sering terjadi adalah ketika perusahaan sedang tutup buku (*closing*) sewaktu akhir bulan, layanan sistem operasional sering mengalami *down* sehingga sering terjadi kelambatan dalam pemrosesan. Penanggulangan yang bisa dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan meningkatkan kualitas dari jaringan dan *resource server* operasional perusahaan.
2. Aplikasi *Mobile System Marketing Surveyor* (MS2) PT. X Finance memerlukan koneksi internet untuk mengirimkan data dari perangkat *mobile* para CFO perusahaan langsung dari tempat dilakukan *survey* ke lokasi cabang. Hal tersebut sangat bergantung dengan adanya jaringan komunikasi data yang digunakan.
3. *Call Center*  
Selain cukup sulitnya untuk menghafal nomor layanan *call center* PT. X Finance karena terlalu panjang, permasalahan yang mungkin terjadi adalah sulitnya para konsumen untuk menghubungi *call center*. Hal tersebut bisa terjadi karena jaringan *call center* pada waktu itu memang sedang sibuk melayani panggilan konsumen. Hal tersebut tentunya dapat membuat ketidaknyamanan bagi para konsumen yang tidak dapat tersambung dengan *call center*. Penanggulangan yang dilakukan oleh PT. X Finance adalah dengan menerbitkan nomor *call center* yang lebih pendek dan menerapkan bebas

pulsa, selain itu juga harus menambah *resource call center* sehingga dapat melayani banyak panggilan dalam satu waktu.

#### 4. SMS Care

Risiko yang mungkin terjadi yaitu kesalahan mengirim pesan dari konsumen karena nomor yang disediakan cukup panjang sehingga sulit untuk diingat. Penanggulangannya adalah PT. X Finance menerbitkan nomor SMS Care yang lebih pendek dan mudah diingat.

#### 5. Operation Help Desk

Risiko yang mungkin terjadi yaitu apabila *system down* ketika digunakan sehingga komunikasi tidak dapat dilakukan, atau petugas *help desk* tidak dapat memberikan bantuan terhadap permasalahan yang ditanyakan. Penanggulangan yang dilakukan oleh PT. X Finance diantaranya adalah dengan memberikan *training* kepada para petugas *help desk*.

#### 6. Transaksi pembayaran melalui EDC

Untuk melakukan pembayaran angsuran, konsumen PT. X Finance dapat melakukan transaksi tersebut melalui mesin EDC yang tersedia di jaringan usaha perusahaan. Jumlah layanan EDC sampai saat ini sudah mencapai 297 unit dan jumlah transaksi EDC mengalami peningkatan pada tahun 2010 menjadi sebanyak 603.962 dari yang hanya sekitar 86.581 transaksi pada tahun 2009. Risiko dari transaksi melalui EDC yaitu adanya kejahatan *skimming* yang tentunya dapat merugikan konsumen. Penanggulangan yang dapat dilakukan oleh PT. X Finance diantaranya adalah dengan secara rutin melakukan pemeriksaan terhadap fasilitas mesin EDC yang dimiliki serta lebih mensosialisasikan kepada konsumen terhadap bahaya

*skimming* dari penggunaan EDC yang kurang baik sehingga konsumen dapat lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi menggunakan EDC.

#### 7. Transaksi pembayaran melalui ATM dan PT. Pos Indonesia (Persero)

Untuk melakukan pembayaran angsuran, konsumen PT. X Finance dapat juga melakukan transaksi tersebut melalui mesin ATM yang sudah bekerjasama dengan perusahaan dan PT. Pos Indonesia (Persero). Risiko yang mungkin terjadi adalah adanya kejahatan *skimming* dan koordinasi antara sistem ATM Bank yang digunakan dengan sistem PT. X Finance kurang baik. Permasalahan yang pernah terjadi adalah konsumen telah melakukan pembayaran angsuran melalui ATM Bank BCA ataupun melalui PT. Pos Indonesia (Persero) namun karena koordinasi yang kurang maka data transaksi tersebut mengalami keterlambatan di sistem PT. X Finance, sehingga konsumen tersebut mendapat konfirmasi penagihan dari PT. X Finance. Hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan kenyamanan konsumen. Penanggulangan yang dapat dilakukan yaitu dengan lebih meningkatkan sistem yang terintegrasi sehingga dapat menjamin koordinasi dari setiap layanan teknologi informasi yang digunakan.

#### Monitoring dan Review

Untuk melakukan pengawasan dan penilaian terhadap risiko, maka langkah yang dapat dilaksanakan oleh PT. X Finance yaitu :

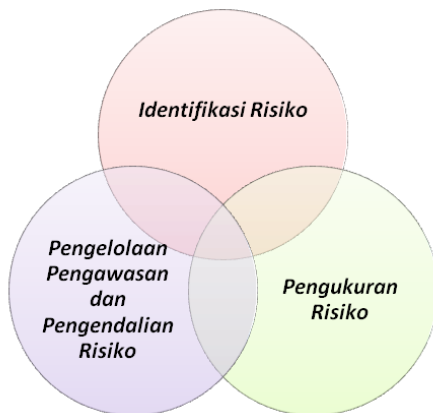
##### 1. Identifikasi Risiko

Melakukan identifikasi semua risiko yang melekat dalam setiap produk dan aktivitas operasional perusahaan.



2. Pengukuran Risiko  
Mengukur profil risiko perusahaan agar mendapatkan gambaran dari efektifitas penerapan manajemen risiko serta tingkat kepatuhan terhadap prosedur dan kebijakan yang tersedia.
3. Pengelolaan Pengawasan dan Pengendalian Risiko  
Melakukan tindakan proaktif terhadap risiko sehingga kerugian operasional yang terjadi tidak melewati batasan yang telah ditentukan dan tidak mengganggu jalannya usaha perusahaan. Langkah ketiga ini juga termasuk kedalam pengelolaan kecurangan, tinjauan terhadap kebijakan-kebijakan dan prosedur operasi standar serta menetapkan pedoman pengelolaan kelangsungan usaha.

Ketiga langkah tersebut dapat diterjemahkan oleh perusahaan kedalam



**Gambar 7** Monitoring dan Review

suatu mekanisme manajemen risiko operasional sebagai *Risk Control Self Assessment (RCSA)* dan *Operation Risk Management System (ORMS)*.

## Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil uraian yang telah dijelaskan sebelumnya adalah :

1. Teknologi Informasi (TI) mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam mendukung proses bisnis PT. X Finance
2. Nilai IT (IT Value) pada PT. X Finance dapat dilihat dari beberapa variabel, diantaranya *firm performance*, *firm value* dan *competitive advantage* dari perusahaan.
3. Untuk memodelkan *IT Value* pada suatu perusahaan, dapat menggunakan metode *Resource-based View (RBV)* dan juga *Customer-based View (CBV)*.
4. Dalam penerapan TI tidak semuanya akan berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, sehingga akan menimbulkan risiko.
5. ISO 31000 dapat digunakan sebagai standar manajemen risiko TI pada PT. X Finance

## Referensi :

- [1] Michale Porter E. 1985. "Competitive Advantage – Creating s Sustaining Superior Performance". New York – The Free Press.
- [2] Ting – Peng Liang, Jun-Jer You, Ching-Chung Liu.2010. A Resource-based perspective on information tehcnology and firm performance : a meta analysis. Industrial Management & Data System, Vol.110 No.8, Emerald Group Publisihg Limited
- [3] Benoit A.Aubert, Blaize Horner Reich. 2009. Extracting Value from Information Technologies.
- [4] Chistensen, H. Kurt. 2010. "Defining Customer value as the driver of Competitive Advantage", Strategy & Leadership, vol.38 No.5, Emerald group Publishing limited.
- [5] Jay B. Barney, Asli M.Arikan. "The Resource-Based View : Origins and

Implications”.

- [6] Wernerfelt, B. (1984), “A resource-based view of the firm”, *Strategic Management Journal*, Vol.5 No.5, pp. 171-80.
- [7] Fahy, J. (2000). “The resource-based view of the firm : some stumbling-block on the road to understanding sustainable competitive advantage”. *Journal of European Infustrial Training*, Vol.24 No.2, pp.94-104.