

## ABSTRAKSI

*Multi Finance* merupakan salah satu solusi pemasaran produk automotif yang ditawarkan oleh PT. ITOCHU AUTO MULTIFINANCE (PT.IAF). PT.IAF cabang Bandung berdiri pada tanggal 15 Maret 2004 dengan total karyawan 30 orang. Jumlah total debitor hampir 2000 orang dengan perbandingan jumlah karyawan maka proses bisnis mulai mengalami ketidak seimbangan antar divisi khususnya pada Proses Kredit dan Proses Collection yang berhubungan langsung dengan konsumen, dapat dilihat dari debitor yang bermasalah  $\pm 15\%$  sedangkan target perusahaan untuk debitor bermasalah dibawah 7%. Seiring dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan proses bisnis dilakukan penelitian di PT.IAF cabang Bandung, tujuan penelitian yaitu mengetahui Proses Kredit dan Proses Collection yang ada di PT. IAF dan memberikan usulan perbaikan proses bisnis secara efektif dan efisien pada proses bisnis kritis di PT.IAF cabang Bandung.

Metodologi penelitian menggunakan metode observasi dengan fokus analisa untuk proses perbaikan (Improvement) pada internal perusahaan yaitu proses kredit (terdiri dari proses survey, analisa kredit, dan proses komite kredit) dan proses management collection. PT.IAF mengfokuskan bisnisnya yaitu merupakan layanan jasa yang memberikan bentuk pendanaan untuk pembelian mobil baru dan bekas semua merk secara kredit dengan mengenakan bunga atas setiap dana yang diberikan/dipinjamkan. PT.IAF dalam Proses bisnis bekerjasama dengan Perusahaan Outomotif (Dealer/showroom mobil), Perbankan, Asuransi dan Kepolisian.

Hasil observasi pada PT.IAF dengan menggunakan metode streamlining didapatkan usulan perbaikan pada proses kredit yaitu *Simplification* pada aktivitas collect order dari Dealer pada Kantor PT.IAF langsung pada CMO (Credit Marketing Officer), *Duplication Elimination* pada analisa kredit yang dilakukan berulang-ulang oleh CMO dan pemeriksaan PK yang dilakukan oleh CMH (Credit Marketing Head) yang telah dilakukan oleh CA (Credit Analyst), *Process Cycle-time Reduce* pada proses kredit saat analisa Kredit oleh CMO dan *Standardisation* untuk posisi CMH yang membawahi team marketing. Usulan perbaikan pada proses collection yaitu *Supplier Partnerships* pada aktivitas penagihan angsuran debitor bermasalah sedapat mungkin bekerjasama dengan CMO yang mengetahui informasi keadaan Debitor secara langsung yang didapat dari hasil survey.