

**PERANAN PERUSAHAAN SOUNDTRUST CONSULTANCY PTE. LTD.
SEBAGAI DISTRIBUTION CHANNEL LAYANAN KREDIT**

Immanuel Zai^{1*}

Immanuel.zai@uib.edu

Angelina Valensia²

1941187.angelina@uib.edu

Angelina Goh³

Angel.detingoh@gmail.com

Ria Hartoko⁴

Ria.hartoko24@gmail.com

Yogi Rizky⁵

yogirizkyyy@gmail.com

Zulfiniar Nur Karimah⁶

zulfiniar@gmail.com

Universitas Internasional Batam

ABSTRAK

Distribution channel saat ini aktivitasnya tidak hanya terpaku pada penyaluran produk atau barang secara fisik. Saat ini distribution channel sudah merambah pada penyaluran jasa atau layanan seperti halnya brokerage firm Soundtrust Consultancy. Penelitian ini membahas kegiatan perusahaan Soundtrust Consultancy yang menjadi distribution channel bagi bank umum, BPR dan lembaga penyedia dana pinjaman atau kreditur lainnya untuk menyalurkan produk atau layanan pinjaman kepada para calon klien debitur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan menggunakan data primer yang berasal dari hasil wawancara. Dari hasil penelitian yang dilakukan dinyatakan bahwa pemilihan perusahaan brokerage firm sebagai distribution channel layanan kredit memberikan berbagai manfaat dari sisi efektivitas penyaluran jasa dan efisiensi biaya baik bagi kreditur maupun pihak debitur. Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan bagi distribution channel seperti halnya Soundtrust Consultancy diantaranya faktor kapabilitas, faktor biaya dan fairness in transaction agar pihak kreditur, pihak debitur maupun pihak channel distribution yang menjembatani dalam transaksi bisa saling memberikan manfaat dan keuntungan serta agar transaksi yang dilakukan bisa berjalan dengan efektif, efisien dan adil tanpa ada pihak yang merasa dirugikan.

Kata kunci: broker, distribution channel, layanan kredit, debitur dan kreditur

ABSTRACT

Distribution channel's activities are not only focused on the physical distribution of products or goods. Currently, the distribution channel has penetrated the distribution services such as brokerage firm Soundtrust Consultancy. This study discusses the activities of the Soundtrust Consultancy company which is a distribution channel for commercial banks, rural banks and institutions providing loan funds or other creditors to distribute loan products or services to prospective debtor clients. The research method used is a qualitative method and uses primary data derived from interviews. From the results of the research conducted, it is stated that the selection of a brokerage firm as a distribution channel for credit services provides various benefits in terms of the effectiveness of service distribution and cost efficiency for both creditors and debtors. There are several factors that need to be considered for distribution channels such as Soundtrust Consultancy, including the capability factor, cost factor and fairness in transactions so that creditors, debtors and distribution channel parties that mediating the transaction can provide mutual benefits so that the transactions carried out can run effectively, efficiently and fairly without disadvantaging some parties.

Keywords: *brokers, distribution channels, credit services, debtors and creditors*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Soundtrust Consultancy adalah sebuah *brokerage company* yang berasal dari Singapura dan mendirikan cabang perusahaannya di Batam pada tahun 2021. Perusahaan ini menyediakan pelayanan jasa konsultasi dan menjembatani debitur dengan kreditur sesuai dengan kriteria yang telah dipenuhi dalam menyalurkan dana pinjaman.

Layanan pinjaman yang ditawarkan kepada debitur diantaranya adalah berbagai jenis hipotek, seperti KPR perumahan, pinjaman modal kerja, serta

pinjaman personal yang ditawarkan oleh Bank umum, Bank Perkreditan Rakyat serta modal ventura. Perusahaan ini menjalankan usahanya dengan berperan sebagai *distribution channel* bagi lembaga-lembaga keuangan penyedia dana. Klien calon debitur dapat menyampaikan

Keperluan pinjaman yang dibutuhkan kepada pihak perusahaan. Kemudian perusahaan akan membantu menemukan penyedia dana yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan calon debitur tersebut.

Rumusan Masalah

Saat ini pembahasan mengenai

distribution channel dalam logistik pada umumnya lebih banyak terfokus pada distribusi barang atau produk dalam bentuk fisik. Padahal dalam bisnis hal yang dapat ditawarkan tidak hanya produk dalam bentuk fisik, saat ini begitu banyak bisnis yang menawarkan jasa. Oleh sebab itu sangat penting untuk mengetahui cara kerja distribution channel pada perusahaan jasa. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai proses kerja yang dilakukan oleh Soundtrust Consultancy yang bertindak sebagai distribution channel bagi lembaga keuangan penyedia dana. Diharapkan pembahasan ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fungsi distribution channel dalam perusahaan jasa khususnya untuk jasa fund lending.

Tujuan Penelitian

Oleh sebab itu pada penelitian ini akan dibahas mengenai kegiatan perusahaan Soundtrust Consultancy sebagai distribution channel bagi lembaga-lembaga keuangan penyedia dana pinjaman. Penulis juga akan membahas manfaat yang bisa didapatkan oleh lembaga keuangan penyedia dana dan juga klien dari penggunaan brokerage firm seperti perusahaan Soundtrust Consultancy. Selain itu juga penulis akan melakukan pengkajian dari penelitian-penelitian terdahulu untuk membahas faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh

perusahaan agar kegiatan operasional dan proses distribusi pelayanannya dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

2. TEORI DAN HIPOTESIS

Menurut Dalic *et al.* (2020), distribution channel atau saluran distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam kegiatan operasional perusahaan. Dengan berkembangnya kegiatan ekonomi masyarakat, distribution channel akan sangat membantu dalam memperluas jangkauan pelanggan. Sehingga dapat memfasilitasi perusahaan dalam mendistribusikan produk maupun

layanan secara luas. Berdasarkan kajian Encounstour (2020) distribution channel akan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk dan layanan perusahaan. Pelanggan akan melihat cara sebuah perusahaan mempersembahkan produk atau jasanya dan hal itu akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tersebut. Misalnya kita adalah seorang pelanggan yang melakukan pemesanan makanan pesan antar online delivery di sebuah restoran, lalu pihak restoran memilih kurir online sebagai distribution channel untuk mengantarkan makanan ke alamat kita sesuai dengan pemesanan yang telah dilakukan, lalu makanan tersebut datang dan kita terima tanpa ada kerusakan dan kekurangan. Dari situlah kita sebagai pelanggan bisa menilai

kinerja pelayanan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu penting bagi perusahaan untuk memilih distribution channel yang tepat karena pada saat proses pendistribusian kinerja channel tersebut akan merepresentasikan citra kinerja dari perusahaan tersebut. Perusahaan harus memilih distribution channel yang sesuai agar produk maupun layanannya dapat disalurkan kepada pelanggan dengan baik.

Ilkhomovna dan Ozod (2021) menyampaikan dalam kajiannya bahwa saat ini sudah muncul berbagai inovasi channel distribution yang dapat dipilih oleh perusahaan. Namun dalam proses seleksi distribution channel perusahaan harus tetap mempertimbangkan biaya dan relevansinya dengan produk dan layanan yang didistribusikan. Selain harus memastikan bahwa distribution channel yang dipilih dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan juga harus mempertimbangkan kualitas dan segi biaya yang diperlukan dalam menggunakan distribution channel tersebut. Hal itu dikarenakan biaya menjadi hal yang nantinya akan mempengaruhi harga serta berdampak pada daya saing dengan kompetitor lain. Oleh sebab itu tidak hanya kualitas yang perlu diperhatikan, kuantitas dalam hal biaya yang diperlukan juga harus menjadi pertimbangan agar perusahaan dapat mencapai efektivitas dan efisiensi

dalam proses distribusi produk atau layanannya. Hendalianpour *et al.* (2020) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa distribution channel akan sangat berdampak pada nilai ekonomi dari kegiatan supply chain yang dilakukan.

Collins *et al.* (2021) dalam kajiannya menyebutkan bahwa saat ini distribution channel cakupannya tidak hanya terbatas pada pendistribusian barang secara fisik, namun juga dalam bentuk jasa. Salah satu distribution channel yang digunakan untuk mendistribusikan jasa diantaranya adalah broker. Layanan jasa melalui broker sudah banyak dilakukan pada praktik layanan finansial. Namun terdapat permasalahan yang sering ditemui oleh para brokerage firm yakni dari segi penentuan kompensasi. Dalam proses pencarian klien, para broker akan sangat berusaha dalam mendapatkan klien dengan berbagai cara dari mulai menurunkan nilai fee sampai mempercepat proses layanan yang dibutuhkan oleh para klien. Ambrose *et al.* (2019) dalam penelitiannya membahas bahwa terdapat metode yang dapat membantu memudahkan broker dalam menetapkan harga kompensasi yang adil bagi masing-masing pihak yakni dengan menggunakan sistem kontrak. Dalam kontrak digunakan data untuk mengobservasi karakteristik dari peminjam beserta jenis pinjaman dan persyaratannya yang perlu dipenuhi.

Lalu broker dapat menilai kualifikasi dari calon debitur beserta mengidentifikasi berbagai proses yang harus dilalui dalam pengurusan perolehan pinjaman, kemudian kedua belah pihak akan membentuk suatu kesepakatan tentang kompensasi yang nantinya diberlakukan.

Menurut Cong *et al.* (2020), tantangan lain yang tak kalah penting dalam kegiatan usaha brokerage firm adalah dari segi marketing. Sebagai distribution channel lending firm, agar bisa mendapatkan klien yang lebih banyak terdapat beberapa opsi yang dapat dipilih diantaranya adalah melalui social media marketing, in-house marketing, pembagian brosur atau affiliate marketing yaitu dengan pemberian komisi kepada pelanggan yang mempromosikan atau membawa pelanggan baru. Menurut Melacini *et al.* (2018) perusahaan sejenis brokerage firm juga dapat menggunakan telemarketing.

Untuk memperluas jangkauan dalam mendapatkan calon klien di berbagai kota lain. Crupi *et al.* (2020) dalam kajiannya menyebutkan bahwa keberhasilan proses telemarketing akan menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk mendapatkan lebih banyak klien dari berbagai daerah yang berbeda-beda, bahkan lintas negara.

Takata (2019) dalam kajiannya membahas tentang faktor yang harus diperhatikan dalam proses pemilihan

distribution channel. Menurut kajiannya faktor yang harus diperhatikan adalah dari segi biaya transaksi dan kapabilitas dari channel yang dipilih. Perusahaan harus memastikan bahwa transaksinya terjangkau bagi distributor selain itu perusahaan juga harus memastikan dengan biaya transaksi yang ditentukan itu bisa menjangkau distributor yang kompeten dan handal dalam menyalurkan produk maupun jasa. Sehingga bisa memberikan kepuasan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen akhir.

Berdasarkan hasil penelitian Yi *et al.* (2018), terdapat faktor lain yang perlu diperhatikan yakni dari segi fairness in transaction. Maksud dari fairness in transaction adalah adanya keadilan dari segi penerimaan manfaat dan harga yang ditawarkan. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya keserakahan dari pihak channel distribution dalam penentuan harga maupun dari segi manfaat layanan yang dipatok kepada konsumen atau pelanggan akhir. Perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa harus memastikan bahwa distribution channel yang dipilih bisa menjamin adanya fairness in transaction dari kegiatan distribusi yang dilakukan. Hal itu dikarenakan saat ini pelanggan atau konsumen akhir tidak hanya memperhatikan fungsionalitas dari barang atau jasa yang ditawarkan namun juga memperhatikan sisi fairness

in transaction, mereka akan membandingkan harga dan kualitas dengan kompetitor atau distributor lain sehingga perusahaan harus memastikan bahwa distribution channel yang dipilih bisa menyalurkan produk dan jasa dengan baik, saling menguntungkan pihak yang terkait tanpa ada yang merasa dirugikan.

3. METODOLOGI

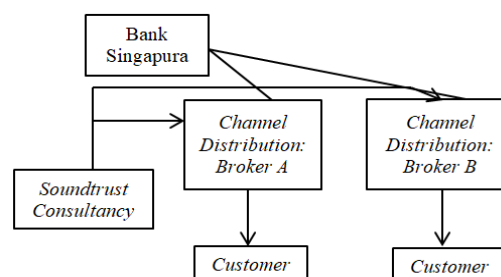
Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan hasil dari sebuah pemecahan masalah atas apa yang diteliti. Jenis metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana menurut Imron (2019) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang cenderung menguraikan analisis yang bersifat deskriptif dan memanfaatkan landasan teori sebagai pemandu agar penelitian bisa terfokus pada fakta di lapangan. Adapun jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah pendekatan yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data yang diinterpretasi dan hasil analisisnya disampaikan secara deskriptif. Data yang

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Soundtrust Consultancy berlokasi di Jalan Ruko Baloi Mas Asri No. 3A, Baloi Indah, Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau. Sebagai lending

digunakan adalah data primer yakni data yang didapatkan secara langsung melalui wawancara.

Penelitian ini berfokus pada pembahasan perusahaan Soundtrust Consultancy sebagai distribution channel bagi lembaga-lembaga keuangan penyedia dana pinjaman. Penulis juga akan membahas manfaat yang bisa didapatkan oleh lembaga keuangan penyedia dana dan juga klien dari penggunaan brokerage firm seperti perusahaan Soundtrust Consultancy. Selain itu penulis juga akan melakukan pengkajian dari penelitian-penelitian terdahulu untuk membahas faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar kegiatan operasional dan proses distribusi pelayanannya dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien. Berikut ini merupakan diagram chart dari Soundtrust Consultancy:



Gambar 1. Diagram Chart

service distribution channel, perusahaan ini menawarkan berbagai produk pinjaman dengan penawaran yang menarik kepada calon klien seperti produk pinjaman dengan tingkat suku

bunga yang lebih rendah daripada perusahaan kompetitor. Selain dari itu perusahaan Soundtrust Consultancy juga bekerja sama dengan berbagai sumber seperti bank konvensional dan lembaga keuangan penyedia dana lainnya agar dapat memberikan berbagai pilihan kepada klien dan agar dapat melayani calon klien sesuai dengan karakteristik jenis pinjaman yang dibutuhkan sehingga dapat mempermudah klien baik dari segi pembuatan keputusan dalam memilih pinjaman yang diambil ataupun dari segi pengusahaan perolehan pinjaman dan dari segi pengurusan administratif pinjaman. Perusahaan Soundtrust Consultancy bekerja sama dengan independent supplier atau independent craft people seperti Bank dan BPR, hal ini dilakukan bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang berlebih melainkan juga agar dapat membantu menghubungkan calon klien dengan berbagai pilihan produk pinjaman yang ditawarkan oleh independent supplier. Pada aspek pemasaran, sasaran klien yang ditargetkan adalah klien korporasi dan klien individu. Klien korporasi diantaranya adalah perusahaan-perusahaan di beberapa sektor yang membutuhkan dana untuk menjalankan bisnisnya. Sedangkan klien individu adalah klien perorangan seperti individu masyarakat yang membutuhkan dana untuk keperluan kredit properti

seperti rumah, ataupun keperluan kredit lainnya. Dalam upaya mendapatkan klien, Soundtrust Consultancy akan memasarkan produk pinjaman melalui di berbagai platform social media dan media cetak. Soundtrust Consultancy juga akan menawarkan beberapa produk pinjaman yang menarik dengan harga yang cenderung kompetitif bila dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Perusahaan juga melakukan pembagian brosur dan affiliate marketing yaitu dengan pemberian komisi kepada pelanggan yang mempromosikan atau membawa pelanggan baru. Selain itu Soundtrust Consultancy juga menggunakan telemarketing untuk memperluas jangkauan dalam mendapatkan calon klien di berbagai daerah yang berbeda-beda, bahkan lintas negara. Lalu dari segi revenue stream atau perolehan pendapatan, Soundtrust Consultancy mendapatkan pendapatan dari dua sumber yaitu referral fee dari Bank atau lembaga keuangan dan service fee dari pelanggan dimana nominal tersebut ditentukan oleh staff pekerja dan disepakati oleh kedua pihak. Referral fee merupakan pendapatan bersumber dari bank atau lembaga keuangan penyedia dana lainnya yang didapatkan dari keberhasilan perolehan klien yang melakukan transaksi pinjaman di bank atau lembaga keuangan tersebut.

Ketika perusahaan bisa membawa

klien untuk menjadi debitur di bank atau lembaga keuangan tertentu maka perusahaan akan mendapatkan bayaran dari bank atau lembaga keuangan tersebut. Perusahaan akan mendapatkan pendapatan tersebut jika bisa mendapatkan klien yang juga bisa menguntungkan pihak bank atau lembaga keuangan lainnya. Contohnya seperti merekomendasikan klien untuk menggunakan bank atau lembaga tertentu dalam membiayai perkreditan rumah, atau membujuk klien untuk berpindah bank sebagai penyedia dana misalnya dari Mandiri ke BRI dengan promosi bunga yang lebih rendah atau dengan memperhatikan kondisi yang lebih menguntungkan bagi pelanggan. Biasanya biaya yang akan dibayarkan tergantung seberapa besar kasus yang didapatkan sehingga nilainya bervariasi. Sedangkan *service fee* adalah pendapatan yang diperoleh sebagai imbal jasa dari klien yang nilainya ditentukan melalui kesepakatan antara pelanggan dengan pihak perusahaan. *Service fee* akan diperoleh perusahaan jika berhasil membantu klien dalam mendapatkan pinjaman dari bank umum, BPR atau lembaga penyedia pinjaman lainnya. Secara teknis, perusahaan akan menjelaskan secara bertahap pada proses konsultasi mengenai perkreditan kepada klien, termasuk syarat dan ketentuan bila klien ingin memperoleh pinjaman tertentu. Perusahaan juga akan

menyampaikan terkait persyaratan pinjaman maupun opsi yang bisa diambil dalam proses seleksi jaminan pinjaman. Perusahaan akan menelusuri dalam beberapa selang waktu untuk memastikan bahwa klien tersebut mampu membayar pinjaman tersebut. Berdasarkan pengalaman perusahaan, bank atau lembaga penyedia layanan pinjaman cenderung lebih mudah mencairkan dana pada perusahaan yang bergerak di bidang yang memiliki resiko tinggi seperti pada perusahaan konstruksi, minyak dan gas serta kelapa sawit dan sebagainya namun meskipun risikonya tinggi, pinjaman akan disetujui jika profil keuangannya sangat stabil dan bernilai tinggi. Bagi klien individu, perusahaan juga akan melakukan penilaian kapasitas untuk memastikan bahwa klien tersebut mampu melakukan pengembalian pinjaman di masa depan.

Selain menjelaskan atau memberikan konsultasi, perusahaan memanfaatkan pengalaman, strategi dan wawasan dalam dunia perkreditan dengan pengalaman di dunia keuangan dan perbankan lebih dari 10 tahun. Perusahaan melakukan riset setiap bank atau lembaga keuangan yang bekerja sama. Riset tersebut dilakukan untuk mengetahui kriteria pinjaman setiap bank atau lembaga keuangan lainnya serta menelusuri berbagai prosedur yang harus dilalui dalam proses perolehan pinjaman.

Riset tersebut juga bermanfaat agar perusahaan bisa mendapatkan berbagai referensi pilihan pinjaman yang bisa ditawarkan kepada klien. Dengan mengetahui karakteristik pinjaman yang ditawarkan berbagai bank dan lembaga keuangan lainnya, perusahaan dapat memberikan layanan dan solusi terbaik bagi klien untuk mendapatkan pinjaman yang benar-benar sesuai dengan kriteria dan kapasitas klien.

Bagi bank umum, BPR atau lembaga penyedia layanan pinjaman lainnya, penggunaan brokerage firm seperti Soundtrust Consultancy sebagai distribution channel yang berperan sebagai broker dapat memberikan berbagai keuntungan dan manfaat. Pihak penyedia dana dapat meningkatkan profit dari imbal hasil bunga pinjaman. Semakin banyak klien debitur yang berhasil diperoleh oleh Soundtrust Consultancy, maka akan semakin besar pula keuntungan dari hasil imbal hasil bunga pinjaman yang diperoleh bank atau lembaga penyedia dana lainnya yang bekerja sama. Melalui perantara broker, pihak bank dan lembaga keuangan penyedia dana akan terbantu baik dari proses seleksi klien, pengarahan prosedur pinjaman kepada klien maupun dari kontribusinya dari segi distribusi jasa layanan pinjaman secara umum.

Dengan terbantunya proses-proses tersebut, bank atau lembaga

penyedia layanan keuangan lainnya dapat meningkatkan kinerja dari segi efektifitas. Begitu juga dari segi efisiensi, biaya marketing untuk mempromosikan layanan pinjaman bisa dikurangi dan disubstitusikan dengan distribution cost dalam hal ini distribusi layanan pinjaman melalui brokerage firm seperti Soundtrust Consultancy sehingga pihak lenders akan lebih fokus mengeluarkan dana untuk biaya pembayaran referral fee dari perolehan klien yang bisa didapatkan Soundtrust Consultancy. Hal itu lebih efisien dibandingkan dengan mengeluarkan dana untuk melakukan distribusi secara mandiri dan random kepada masyarakat, karena belum tentu semua masyarakat memerlukan layanan yang disediakan satu lender tersebut. Namun dengan adanya Soundtrust Consultancy yang mengarahkan berbagai masyarakat pada kredit yang benar-benar sesuai dengan kebutuhannya maka lenders tidak akan membuang biaya marketing dengan percuma, karena biaya yang dikeluarkan untuk referral fee hanya akan dibayarkan kepada pihak broker ketika klien berhasil didapatkan sehingga akan lebih efisien dari segi anggaran.

Bagi klien, perusahaan broker seperti Soundtrust Consultancy akan sangat membantu proses pengambilan keputusan klien dalam menentukan jenis pinjaman dan sumber pinjaman yang bisa dipilih. Klien akan mendapatkan

pengarahan dan rekomendasi serta bantuan pengurusan dari segi administratif sampai pencairan pinjaman. Sehingga klien terutama bagi klien yang awam atau klien yang belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai kredit akan sangat terbantu dan bisa mendapatkan berbagai opsi pilihan pinjaman yang sesuai dengan kriteria dan kapasitasnya serta menguntungkan bagi klien. Berdasarkan survey yang dilakukan perusahaan, banyak ditemui pihak-pihak baik itu dari pihak korporasi maupun individu yang tidak berhasil mendapatkan dana pinjaman. Hal itu banyak disebabkan oleh kurangnya pemahaman baik dari segi prosedur maupun dari segi kurangnya informasi mengenai sumber kredit yang seharusnya dipilih oleh pihak-pihak tersebut. Oleh sebab itu keberadaan broker akan sangat membantu pihak-pihak tersebut dalam mendapatkan pinjaman.

Bagi brokerage firm seperti Soundtrust Consultancy yang bertindak sebagai distribution channel untuk distribusi layanan jasa pinjaman, kegiatan usahanya akan sangat membantu dan bermanfaat bagi berbagai pihak. Namun ada beberapa faktor yang harus diperhatikan perusahaan tersebut agar bisa menjalankan fungsinya sebagai distribution channel dengan kinerja yang efektif dan efisien. Faktor yang harus

diperhatikan diantaranya adalah faktor biaya. Perusahaan harus memastikan bahwa pihak bank maupun lembaga penyedia dana mengeluarkan biaya yang efisien dan setimpal dengan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan broker seperti Soundtrust Consultancy. Hal itu bertujuan agar pihak lenders memilih Soundtrust Consultancy sebagai distribution channel yang bisa diandalkan untuk menyalurkan jasa pinjaman dan untuk meningkatkan frekuensi pinjaman agar bisa mencapai target profit lenders tersebut. Dengan banyaknya kepercayaan dan kerjasama yang diraih dengan bank dan lembaga keuangan penyalur pinjaman tersebut, bisa terjalin hubungan yang saling menguntungkan bagi semua pihak.

Selain itu, faktor yang harus diperhatikan adalah dari segi kapabilitas perusahaan. Soundtrust Consultancy harus sering melakukan berbagai riset dan memperluas kerja sama dengan berbagai lembaga keuangan dan penyedia layanan pinjaman yang ada baik di dalam maupun luar negeri. Hal itu dilakukan agar perusahaan semakin handal dalam memfasilitasi penyaluran layanan pinjaman serta bisa lebih banyak mempertemukan debitur dan kreditor di berbagai tempat agar terjalin hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain. Hal ini juga dilakukan agar perusahaan bisa memperluas variasi referensi dan opsi pinjaman yang

bisa ditawarkan kepada klien yang berasal dari berbagai kalangan.

Faktor lain yang tak kalah penting dan harus diperhatikan oleh Soundtrust Consultancy adalah dari segi fairness in transaction. Sebagai distribution channel, perusahaan harus bisa menjembatani kepentingan antara debitur dan kreditur dengan baik dan adil. Hal ini dapat diterapkan pada service fee dan referral fee. Perusahaan bisa mematok fee berdasarkan kapabilitas dan manfaat yang diberikan baik kepada klien debitur maupun kepada lembaga kreditur. Hal dilakukan agar setiap pihak merasakan adanya keadilan dalam bertransaksi dan merasakan manfaat dari transaksi tanpa merasa dirugikan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN PENELITIAN

Simpulan

Soundtrust Consultancy adalah perusahaan di bidang *brokerage company* yang bertindak sebagai distribution channel bagi kreditur atau bank umum, BPR dan lembaga penyedia layanan pinjaman lainnya untuk menyalurkan berbagai produk pinjamannya kepada para pihak debitur yang membutuhkan. Secara teknis, Soundtrust Consultancy menjalankan usahanya dengan cara menyediakan layanan konsultasi bagi klien calon debitur baik dari pihak korporasi maupun individu yang membutuhkan dana pinjaman. Soundtrust Consultancy akan

mendapatkan profit dari pendapatan referral fee dari bank atau lembaga kreditur lainnya atas perolehan klien debitur yang didapatkan dan juga service fee dari klien debitur jika klien tersebut berhasil mendapatkan pinjaman yang dibutuhkan.

Adanya distribution channel seperti Soundtrust Consultancy sangat bermanfaat bagi bank atau lembaga kreditur untuk lebih banyak memperoleh debitur potensial dan juga bermanfaat bagi klien dalam membuat keputusan pemilihan dan perolehan pinjaman yang dibutuhkan.

Soundtrust Consultancy harus memperhatikan faktor kapabilitasnya sebagai distribution channel serta mematok biaya referral fee dan service fee yang sesuai dengan kapabilitas yang diberikan agar terjalin hubungan yang saling menguntungkan antara pihak debitur, kreditur dan pihak Soundtrust Consultancy itu sendiri agar tercapai *fairness in transaction* sehingga semua pihak yang terkait bisa menerima manfaat dan menerima layanan dengan baik tanpa ada yang merasa dirugikan.

Saran

Perusahaan brokerage seperti halnya *Soundtrust Consultancy* diharapkan bisa terus meningkatkan kapabilitasnya sebagai distribution channel bagi lembaga-lembaga kreditur agar semakin banyak pihak-pihak kreditur yang bisa bekerja sama. Hal itu bertujuan agar

dapat memperluas jaringan klien sehingga seiring bertambahnya lembaga keuangan yang bisa bekerja sama, klien potensial pun bisa bertambah. Selain itu diharapkan perusahaan dapat memperhatikan faktor efektivitas dalam layanan, efisiensi dari segi biaya dan fairness in transaction agar Soundtrust Consultancy dapat menjadi perusahaan yang semakin dipercaya kredibilitas dan kemampuannya sebagai distribution channel baik bagi lembaga kreditur maupun sebagai konsultan dan broker kredit bagi klien debitur.

REFERENSI

- Ambrose, Brent W, James N Conklin, Luis A Lopez, Sumit Agarwal, Wayne Archer, Patrick Bayer, Neil Bhuta, et al. 2019. "Preferential Treatment in Financial Contracts : Economists and Policy Makers Have Long Observed That Economic Outcomes Are Correlated with Race" 16802: 814–67.
- Collins, M. Cary, Keith D. Harvey, and Peter J. Nigro. 2021. "Mortgage Broker Loan Pricing Leading Up to the Financial Crisis: Were Yield Spread Premiums the Only Problem?" *Housing Policy Debate* 31(6):875–90. <https://doi.org/10.1080/10511482.2020.1862892>.
- Cong, Peiliang, Junyan Wang, Zhenjun Zhou, and Hao Zhang. 2020. "Preparation of Rejuvenating Agent and Property Evaluation of Rejuvenated SBS Modified Asphalt Binders." *Construction and Building Materials* 233: 117911. <https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2019.117911>
- Crupi, Antonio, Nicola Del Sarto, Alberto Di Minin, Gian Luca Gregori, Dominique Lepore, Luca Marinelli, and Francesca Spigarelli. 2020. "The Digital Transformation of SMEs – a New Knowledge Broker Called the Digital Innovation Hub." *Journal of Knowledge Management* 24(6): 1263–88. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0623>.
- Dalic, Irena, Željko Stević, Živko Erceg, Perica Macura, and Svetlana Terzić. 2020. "Selection of a Distribution Channel Using the Integrated FUCOM- MARCOS Model." *International Review*, no.3–4:80–96. <https://doi.org/10.5937/intrev2003080q>.
- Hendalianpour, ayad, Mahnaz Fakhrabadi, Mohamad Sadegh Sangari, and Jafar Razmi. 2020. "A Combined Benders Decomposition and Lagrangian Relaxation Algorithm for Optimizing a Multi-

Product, Multi-Level Omni-Channel Distribution System.” *Scientia Iranica* 0(0): 0–0. <https://doi.org/10.24200/sci.2020.53644.3349>.

Marketing Management 83 (November): 94–103. <https://doi.org/10.1016/j.indmarn.2018.11.003>.

Ilkhomovna, Usmonova Dilfuza, and Tursunov Ozod. 2021. “Improving the Marketing Approach in Managing Export-Oriented Distribution Channels,” no. c: 7–10.

Imron, Imron. 2019. “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang.” *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* 5 (1): 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>.

Melacini, Marco, Sara Perotti, Monica Rasini, and Elena Tappia. 2018. “E-Fulfilment and Distribution in Omni-Channel Retailing: A Systematic Literature Review.” *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* 48 (4): 391–414. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-02-2017-0101>.

Takata, Hidesuke. 2019. “Transaction Costs and Capability Factors in Dual or Indirect Distribution Channel Selection: An Empirical Analysis of Japanese Manufacturers.” *Industrial*

