

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi ekonomi saat ini mengalami perubahan secara signifikan, hal ini berdampak pada kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan papan dengan harga-harga barang meningkat secara tajam. Hal ini tidak saja terjadi pada barang-barang primer, tetapi juga sekunder dan tersier. Salah satu barang yang mengalami dampak kenaikan harga ini adalah sepeda motor. Kondisi ini menjadi semakin menarik karena sepeda motor merupakan sarana transportasi yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat, baik untuk kegiatan produksi, konsumsi, terlebih distribusi. Sedemikian pentingnya permintaan masyarakat terhadap sepeda motor relatif tinggi.

Permintaan sepeda motor yang tinggi tentu saja juga memicu semakin meningkatnya harga jualnya. Namun demikian, agen penjualan mencoba untuk menyiasati dan memanfaatkan keadaan ini dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membelinya, yaitu dengan fasilitas pembelian secara kredit. Harapannya, di samping dapat meningkatkan volume penjualannya, agen penjualan juga akan dapat mengambil keuntungan dari biaya-biaya transaksi (*transaction cost*) yang semakin besar dengan fasilitas non tunai ini.

Untuk melihat daftar harga sepeda motor dengan merek-merek tertentu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Harga Sepeda Motor di PT Summit Oto Finance

Merek	Tahun			
	2014	2015	2016	2017
Yamaha Mio	Rp 14.150.000	Rp 14.375.000	Rp 14.765.000	Rp 15.155.000
Honda Vario	Rp 18.180.000	Rp 19.560.000	Rp 19.990.000	Rp 21.465.000
Suzuki Satria F 150	Rp 21.330.000	Rp 21.580.000	Rp 22.765.000	Rp 22.340.000
Kawasaki Ninja R	Rp 33.878.000	Rp 34.145.000	Rp 35.456.000	Rp 35.780.000

Sumber: PT Summit Oto Finance Batam

Fenomena ini juga dapat diamati pada semakin banyaknya lembaga-lembaga pembiayaan (*leasing*) sepeda motor seperti PT Federal Internasional Finance (FIF), PT Bussan Auto Perkasa (BAF), PT Astra Sedaya Finance (ACC), Mega Auto Finance, Adira Finance dan masih banyak lagi.. *Leasing* adalah perjanjian antara *lessor* (perusahaan *leasing*) dengan *lessee* (nasabah) di mana pihak *lessor* menyediakan barang dengan hak penggunaan oleh *lessee* dengan imbalan pembayaran sewa untuk jangka waktu tertentu (Kasmir, 2011: 241). *Leasing* berperan sebagai perantara produsen sepeda motor (pabrik) sebagai penyedia barang dengan konsumen sebagai pengguna barang. Biasanya produsen bekerja sama dengan pihak *leasing* tersebut, bahkan ada beberapa produsen yang memang mendirikan *leasing* sendiri agar keuntungan yang diperoleh semakin besar. Keberadaan *leasing* sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembelian sepeda motor secara kredit.

Kredit adalah adanya suatu kepercayaan dari seseorang atau badan yang diberikan kepada seseorang atau badan lainnya yaitu bahwa yang bersangkutan pada masa yang akan datang akan mememnuhi segala sesuatu kewajiban yang telah diperjanjikan terlebih dahulu (Firdaus & Ariyanti, 2008: 1).

PT Summit Oto Finance adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang otomotif untuk pembiayaan kepemilikan sepeda motor baru dan bekas dari berbagai merek. PT Summit Oto Finance lebih terfokus kepada pelanggan perorangan daripada perusahaan, dengan tujuan penyebaran risiko. Sebagai perusahaan pembiayaan yang independen PT Summit Oto Finance tidak memiliki keterkaitan dengan pabrikan sehingga perusahaan memiliki keleluasaan untuk membiayai semua merek motor yang tersedia di pasar.

Untuk melihat data penjualan sepeda motor dengan merek-merek tertentu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Penjualan Sepeda Motor di PT Summit Oto Finance

Merek	Tahun					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Yamaha	216 Unit	444 Unit	1002 Unit	1292 Unit	999 Unit	479 Unit
Honda	69 Unit	151 Unit	766 Unit	861 Unit	879 Unit	374 Unit
Suzuki	7 Unit	60 Unit	32 Unit	30 Unit	27 Unit	6 Unit
Kawasaki	0	8 Unit	9 Unit	12 Unit	12 Unit	7 Unit
Total Penjualan	292 Unit	663 Unit	1809 Unit	2195 Unit	1917 Unit	866 Unit

Sumber: PT Summit Oto Finance Batam

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor mengalami kenaikan pada tahun 2015 lalu mengalami penurunan pada tahun 2016. Persaingan ketat terutama terjadi pada perusahaan yang bergerak dibidang yang sama yaitu bidang otomotif untuk memperebutkan posisi puncak. Pertumbuhan penjualan sepeda motor pada tahun 2015 terlihat paling tinggi dibandingkan sepeda motor lainnya.

Dalam proses pencapaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka salah satu yang menjadi tolak ukur perusahaan adalah penetapan tingkat suku bunga yang baik. PT Summit Oto Finance memberikan jasa penjualan secara kredit dan angsuran Pada penjualan sepeda motor, perusahaan menetapkan tarif suku bunga yang nantinya akan dibebankan pada setiap pembayaran angsuran sepeda motor pertahunnya. Metode penjualan angsuran ini cukup berkembang pesat dan disukai di kalangan usahawan dan juga di kalangan pembeli. Bagi PT Summit Oto Finance metode ini telah berhasil meningkatkan jumlah penjualan yang tentunya meningkatkan laba, bagi pembeli mereka merasa lebih ringan dalam hal pembayaran untuk melunasi barang yang diangsur tersebut.

Metode ini juga memiliki resiko atas tidak tertagihnya piutang angsuran dan suku bunga. Risiko inilah yang harus diterima oleh perusahaan yang melakukan penjualan angsuran sebab jika terdapat pembeli yang tidak memenuhi kewajibannya untuk membayar sejumlah angsuran motor, karena pembebanan suku bunga yang cenderung tinggi walaupun uang muka yang ditetapkan cenderung dalam jumlah yang kecil. Menurut Fahmi Suku bunga merupakan salah satu sasaran kebijakan

moneter yang sangat besar pengaruhnya karena suku bunga memegang peranan penting di dalam kegiatan perekonomian. Suku bunga merupakan harga yang harus di bayar untuk peminjaman selama periode waktu tertentu dan dinyatakan dalam persentase. Bunga kredit adalah sejumlah nilai uang yang diwajibkan kepada pihak yang meminjamnya dengan perhitungan berdasarkan persentase dan dilakukan berdasarkan periode atau jangka waktu yang ditentukan (Fahmi, 2009: 65). Namun dampak perubahan pembebanan suku bunga ini akan berpengaruh langsung terhadap penjualan pada perusahaan. Berikut suku Bunga yang diterapkan oleh perusahaan:

Tabel 1.3
Tingkat Suku Bunga

Jangka Waktu	Suku Bunga
12 bulan	40%
18 bulan	42%
24 bulan	45%

Sumber: PT Summit Oto Finance Batam

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semakin lama jangka waktu kredit sepeda motor di PT Summit Oto Finance maka tingkat suku bunga akan semakin tinggi. Tetapi walaupun tingkat suku bunga kredit semakin tinggi, cicilan angsuran yang harus dibayarkan konsumen akan semakin berkurang sesuai dengan jangka waktu kredit.

Setiap perusahaan *leasing* didirikan dengan tujuan tertentu sehingga dapat tetap hidup dan berkembang. Salah satu tujuan perusahaan tersebut adalah dengan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Tingkat keuntungan dapat

dipertahankan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, salah satunya melalui usaha mencari dan membina langganan. Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perusahaan untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan perusahaan.

Salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang itu dengan melakukan promosi. Tjiptono mendefinisikan promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2008: 219). Menurut Laksana Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetrap mengingat produk tersebut (Laksana, 2008:133).

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam manajemen pemasaran, karena promosi merupakan kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk berkomunikasi dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi diharapkan ada

tanggapan dari konsumen atas produk yang ditawarkan. Tanggapan ini oleh konsumen bisa dikategorikan dalam kesiapan pembeli, yaitu kesadaran, pengetahuan, kegemaran, preferensi, keyakinan, dan pembelian. PT Summit Oto Finance Batam yang menjual bermacam-macam tipe sepeda motor, dimana tingkat persaingan antara produsen yang menjual produk sejenis sangat banyak. Dengan melihat bahwa Batam adalah pangsa pasar potensial bagi produk sepeda motor dan tingkat persaingan antara produsen yang tinggi, dengan promosi yang baik maka PT Summit Oto Finance Batam dapat memuaskan dan memenuhi keinginan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Untuk dapat mempertahankan perusahaan, PT Summit Oto Finance cabang Batam melakukan strategi promosi supaya produk-produk sepeda motor yang dijual dapat dikenal dengan cepat oleh masyarakat. Promosi Dalam melakukan strategi promosi PT Summit Oto Finance cabang Batam memanfaatkan beberapa media elektronik seperti televisi, radio, dan internet untuk memasarkan produknya. Selain itu perusahaan melakukan promosi penjualan dengan cara memberikan bonus jaket, helm, dan paket servis untuk setiap pembelian satu unit sepeda motor. Promosi melalui komunikasi langsung dengan cara menggunakan tenaga wiraniaga (salesman) juga dilakukan. Akan tetapi beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh PT Summit Oto Finance cabang Batam kurang optimal karena adanya beberapa kendala. Dalam melakukan promosi melalui publisitas misalnya, sering terjadi permasalahan disebabkan karena pihak sponsorship biasanya meminta dana yang besar untuk mempromosikan produk. Selain itu promosi melalui personal selling juga mempunyai

kendala karena cara ini kurang efektif dan efisien mengingat jangkauan pemasaran yang kurang luas. Adanya beberapa kendala tersebut mengakibatkan volume penjualan pada PT Summit Oto Finance cabang Batam kurang maksimal.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Kasus Pada Konsumen PT Summit Oto Finance)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Meningkatnya harga penjualan sepeda motor.
2. Semakin banyaknya lembaga-lembaga pembiayaan (*leasing*) sepeda motor.
3. Risiko atas tidak tertagihnya piutang angsuran dan suku bunga.
4. Promosi melalui *personal selling* kurang efektif dan efisien mengingat jangkauan pemasaran yang kurang luas.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada maka penulis membatasi penulisan yang dikarenakan adanya keterbatasan waktu, pikiran, dan sarana yang ada, maka penulis membatasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini di lakukan pada pembeli sepeda motor di PT Summit Oto Finance.

2. Penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh tingkat suku bunga dan promosi terhadap keputusan pengambilan kredit.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit ?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit ?
3. Apakah tingkat suku bunga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit ?
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit ?
3. Untuk mengetahui apakah tingkat suku bunga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit ?

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis, berharap dari penelitian ini akan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang yang di dapat selama proses perkuliahan dimana berhubungan dengan tingkat suku bunga, promosi, dan keputusan pengambilan kredit.
2. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai gambaran tentang pengaruh tingkat suku bunga dan Promosi dalam keputusan pengambilan kredit.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Objek Penelitian
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk memperbaiki permasalahan yang terjadi.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data atau informasi sebagai dasar pengambilan keputusan.
2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat

memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.