

BAB I.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini bangsa Indonesia sedang mengalami masa krisis moneter yang berkepanjangan. Di tengah-tengah pergolakan ekonomi, sosial dan politik saat ini, pemerintahan menuju Indonesia Baru yang demokratis telah terbentuk. Seiring dengan pulihnya kepercayaan sebagian besar rakyat Indonesia terhadap Pemerintahan Indonesia Baru sekarang ini, kepercayaan pasar domestik dan pasar internasional-pun mulai bangkit kembali dengan menaruh harapan akan pulihnya kondisi perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun mendatang. Saat ini mulai tampak adanya pertumbuhan ekonomi, hal ini ditandai dengan bermunculannya berbagai industri kecil yang semula dinilai lemah dari segi permodalan; berdirinya dealer-dealer kendaraan baru yang menandakan berangsur-pulihnya pasar domestik Indonesia; dan mulai beroperasinya kembali berbagai perusahaan yang semula memilih sikap menunggu perkembangan dari situasi dan kondisi ekonomi, sosial dan politik yang masih tidak menentu.

Begitu pula dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang finance (pembiayaan) yang biasa disebut dengan *Leasing Company* juga terkena imbas krisis moneter.

Seperti bank, leasing merupakan suatu bentuk usaha di bidang pembiayaan, namun di dalam kenyataannya pembiayaan yang dilakukan oleh usaha leasing tidak sama dengan pembiayaan yang dilakukan oleh bank. *Leasing Business* sebagai salah satu bentuk usaha di bidang pembiayaan dianggap penting peranannya dalam peningkatan pembangunan perekonomian nasional.

Usaha *leasing* mulai muncul di Indonesia sejak tahun 1974 dengan adanya Surat Keputusan Bersama Menteri Keuangan, Menteri Perindustrian dan Menteri Perdagangan RI Nomor : 30/Kpb./I/74, tertanggal 7 Februari 1974. Pengertian mengenai *leasing* dalam Surat Keputusan Bersama tersebut adalah :

“*Leasing* ialah setiap kegiatan pembiayaan perusahaan dalam bentuk penyediaan barang-barang modal untuk digunakan oleh suatu perusahaan untuk suatu jangka waktu tertentu, berdasarkan pembayaran-pembayaran secara berkala disertai dengan hak pilih (*optie*) bagi perusahaan tersebut untuk membeli barang-barang modal yang bersangkutan atau memperpanjang jangka waktu *leasing* berdasarkan nilai sisa yang telah disepakati bersama”¹

Pada tahun pertengahan tahun 1997 sampai dengan awal tahun 1999 perusahaan leasing sempat mengalami kelesuan aktivitas bahkan penghentian sementara seluruh aktivitas karena krisis moneter yang semakin menjadi akibat semakin merosotnya nilai tukar rupiah terhadap dolar. Salah satu perusahaan leasing yang juga mengalami dampak krisis moneter adalah PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cabang Palembang. Dalam aktivitasnya sehari-hari, perusahaan ini tidak terlepas dari

¹ Drs. Achmad Anwari, *Leasing di Indonesia*, GHALIA Indonesia, Jakarta, 1987, hal. 10.

perusahaan-perusahaan dan industri-industri lainnya serta tidak terlepas dari serta tidak terlepas dari ketatnya persaingan dengan perusahaan sejenis.

Akibat merosotnya nilai tukar Rupiah terhadap Dolar Amerika, tingkat suku bunga bank, khususnya tingkat suku bunga pinjaman mengalami kenaikan yang sangat drastis. Pada pertengahan tahun 1997 tingkat suku bunga pinjaman perbankan naik hingga mencapai 35% per-tahunnya, sedangkan suku bunga pinjaman *Leasing Company* yang biasanya memang lebih tinggi dari suku bunga bank pada saat itu mencapai 30-35% per-tahunnya.

Dengan tingginya tingkat suku bunga kredit tersebut, jumlah para debitur merosot drastis. Mereka lebih memilih mendepositokan uangnya daripada menginvestasikan uangnya pada usaha yang belum jelas keuntungannya, pada saat itu suku bunga deposito bank mencapai kisaran tertinggi yaitu sebesar 60-65% per-tahunnya.

PT. BBL Dharmala Finance Tbk sebagai salah satu perusahaan *finance* terkemuka di Palembang tak luput dari permasalahan di atas. Merosotnya jumlah debitur akibat melonjaknya suku bunga pinjaman dari sebesar 13-15% per-tahunnya menjadi sebesar 30-35% per-tahunnya menyebabkan penurunan jumlah debitur secara drastis. Hal ini dapat terlihat dari perbandingan data jumlah deal perusahaan yang terjadi antara tahun 1997 s.d. Desember 1999 di bawah ini :

**Tabel 1.1. Jumlah Pembiayaan
PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cab. Palembang
Selama Kurun Waktu 3 Tahun Terakhir**

Keterangan	Jumlah Pembiayaan		
	Jan-Juli' 97	1998	April-Des' 99
Total Deal	115	-	154

Note : Sumber PT. BBL Dharmala Finance, Tbk.

Pada tahun 1998 PT. BBL Dharmala Finance Tbk tidak menurunkan pembiayaan lagi dari perusahaan induknya di Jakarta. Hal ini dikarenakan situasi dan kondisi negara yang mengalami krisis moneter yang semakin menjadi-jadi. Oleh karena itu perusahaan induk lebih memilih menginvestasikan modalnya dalam bentuk deposito berjangka mengingat bunga deposito bank yang menggiurkan.²

Berikut ini penulis menyajikan tabel pencapaian target PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cabang Palembang selama kurun waktu 3 tahun terakhir sebagai berikut :³

**Tabel 1.2 Pencapaian Target
PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cabang Palembang
Selama Kurun Waktu 3 Tahun Terakhir**

Keterangan	(Milyar Rupiah)		
	1997	1998	1999
Target	70	-	50
Pencapaian	45	-	35
Selisih Pencapaian	25	-	15

Note : Sumber PT. BBL Dharmala Finance, Tbk.

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa pencapaian target perusahaan pada tahun 1997 cukup tinggi mengingat situasi dan kondisi

² Wawancara dengan *senior administration staff* PT. BDF Palembang

³ Wawancara dengan *Branch Manager* PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cab. Palembang

ekonomi negara yang kurang mendukung pada saat itu. Kegiatan perusahaan hanya berjalan pada bulan Januari sampai dengan Juli 1997, selebihnya vakum. Pada bulan Maret 1999 perusahaan baru mulai aktif kembali. Pada saat itu perusahaan sangat selektif dalam memberikan pembiayaan, mengingat situasi dan kondisi ekonomi negara yang belum pulih sepenuhnya. Pada tahun 1999 perusahaan telah mencapai 70% dari target yang telah ditetapkan oleh perusahaan induk. Hal ini didukung dengan fakta belum beroperasinya sebagian perusahaan *finance* maupun lembaga perkreditan perbankan lainnya pada tahun 1999 sehingga PT. BBL Dharmala Finance sudah mengumpulkan "tabungannya". Perusahaan-perusahaan *leasing* yang belum mulai beroperasi (penuh) pada saat itu seperti PT. ORIF, PT. BUNAS, PT. PSP (belum melakukan pembiayaan untuk mobil) dan Dipo Star Finance (rencana akan buka cabang di Palembang pada tahun 2000/2001).

Untuk memenuhi pencapaian target yang ditetapkan pada tahun 2000 ini, PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cabang Palembang harus mulai membenahi diri, mengingat tahun 2000 ini merupakan pintu gerbang millenium ketiga dan era perdagangan bebas. Salah satu faktor yang harus diperhitungkan selain kondisi perekonomian negara adalah perusahaan-perusahaan *finance* sejenis yang mulai bangkit dari 'tidur panjangnya' selama ini. Oleh karenanya perusahaan harus mulai mencermati faktor-faktor yang cukup menentukan besarnya jumlah

permintaan pembiayaan debitur, antara lain faktor tingkat suku bunga dan promosi.

B. Perumusan Masalah

Setelah penulis mengamati dan berdasarkan informasi yang didapat pada PT. BBL Dharmala Finance Tbk. Cabang Palembang, maka masalah yang dijumpai pada perusahaan ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kebijakan penetapan suku bunga leasing terhadap jumlah permintaan pembiayaan konsumen di era krisis moneter?
2. Bagaimana peranan kebijakan promosi terhadap peningkatan kinerja perusahaan di era krisis moneter?

C. Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui masalah yang akan diteliti dan perumusan masalah, kita harus mengetahui juga tujuan dari penelitian tersebut. Sesuai dengan penulisan proposal yang berjudul "*Tinjauan Kebijakan Suku Bunga dan Promosi Terhadap Kinerja Perusahaan di Era Krisis Moneter*", maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan penetapan suku bunga leasing terhadap jumlah permintaan pembiayaan konsumen di era krisis moneter.

2. Untuk mengetahui peranan kebijakan promosi terhadap peningkatan kinerja perusahaan di era krisis moneter.

D. Manfaat Penelitian

Disamping itu manfaat dari penulisan proposal penelitian ini adalah :

1. Dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam mengevaluasi kebijaksanaan pemasaran yang telah diterapkan.
2. Untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari oleh penulis selama mengikuti kuliah di sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MUSI Palembang, khususnya mata kuliah bidang pemasaran.
3. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan bagi penulis dalam bidang penelitian dan pemasaran.

E. Metodologi Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. BBL Dharmala Finance Tbk Cabang Palembang, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan (finance). Perusahaan ini terletak di Jalan Let. Kol. Iskandar No. 678 Palembang.

Data yang diambil sebagai pedoman penelitian adalah data jumlah *customer* perusahaan, pencapaian *omset* perusahaan selama 3 tahun terakhir, tingkat suku bunga perusahaan dan pesaing, kondisi umum

perusahaan dari sejak terjadinya krisis moneter dari tahun 1997 sampai dengan tahun 1999.

2. Definisi Operasional

Variabel Operasional dapat penulis definisikan melalui judul penelitian yaitu: "*Tinjauan Kebijakan Suku Bunga dan Promosi Terhadap Kinerja Perusahaan di Era Krisis Moneter*".

Dari judul di atas dapat dibedakan menjadi 2 variabel yaitu :

- a. Variabel independen : *Kebijakan Suku Bunga dan Promosi*
- b. Variabel dependen : *Kinerja Perusahaan*

Dari 2 variabel di atas dapat kita tarik definisi sbb :

1. Definisi Promosi

"Pada hakekatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Maksudnya adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan / atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan." ⁴

2. Definisi Kinerja

"Kinerja adalah suatu sistem kerja yang akan mencerminkan hasil kerja tertentu." ⁵

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kinerja adalah pencapaian target perusahaan selama kurun waktu 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 1997 sampai 1999.

⁴ Drs. Alex S. Nitisemito, **Marketing**, Cetakan Ketiga, Penerbit GHALIA Indonesia, Jakarta, 1981.

⁵ Grant Steward, **Management Penjualan**, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1995.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan proposal penelitian ini penulis melakukan riset dengan menggunakan metode-metode penelitian yaitu:

a. Data Primer

Untuk mendapatkan data primer ini penulis menggunakan metode-metode :

1. Observasi (Teknik Pengamatan Secara Langsung)

Terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran / marketing perusahaan sebagai *marketing officer* dan melakukan pengumpulan data dengan pencatatan secara cermat dan sistematis melalui pengamatan langsung pada perusahaan yang hendak diteliti.

2. Interview (Teknik Wawancara)

Metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan penyusunan skripsi ini, terutama yang berhubungan dengan Departemen Marketing maupun semua staff yang telah bekerja minimal selama 5 tahun atau lebih.

Instrumen yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah *pertanyaan tidak terstruktur.*

b. Data Sekunder

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini diambil dari :

1. Buku-buku kepustakaan PT. BBL Dharmala Finance, Tbk. Cabang Palembang.
2. Buku-buku mata kuliah manajemen pemasaran dan ekonomi manajerial.
3. Buku-buku perpustakaan STIE MUSI Palembang.

4. Teknik Pengambilan Sample

Alasan saya memilih PT. BBL Dharmala Finance, Tbk. Cabang Palembang karena perusahaan tersebut adalah perusahaan finance yang cukup terkemuka di Sumatera Selatan dan dianggap mampu mewakili perusahaan sejenis yang ada saat ini serta dengan pertimbangan keterbatasan biaya, waktu dan tenaga yang dimiliki penulis.

Teknik pengambilan *sample* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode **Purposive Sampling** dimana untuk pengambilan *sample responden* digunakan metode **Sensus** dari kelompok karyawan yang telah bekerja minimal selama 5 tahun atau lebih.

5. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan penulis dalam pembahasan masalah penelitian ini adalah *Teknik Kualitatif Deskriptif* yaitu teknik analisis yang hanya menggunakan penjelasan verbal.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dimana antara satu bab dengan bab lain berhubungan erat. Untuk lebih jelasnya akan penulis jelaskan bab demi bab sebagai berikut :

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini penulis mencoba menjelaskan mengenai :

- latar belakang masalah yang akan dibahas
- perumusan masalah
- tujuan dan manfaat penelitian
- metodologi penelitian yang digunakan penulis.

Bab II. Landasan Teori

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai landasan teori yang dipakai yaitu :

- teori permintaan dan penawaran (meliputi definisi permintaan dan penawaran, kurve permintaan dan penawaran, dan hukum permintaan dan penawaran).

- teori pemasaran / marketing (meliputi pengertian konsep pemasaran, pendekatan studi pemasaran khususnya pendekatan serba sistem)
- bauran pemasaran (meliputi definisi bauran pemasaran meliputi definisi promosi, fungsi promosi, manfaat promosi dan tujuan promosi; *promotional mix*, khususnya *sales promotion* meliputi alat-alat promosi penjualan)
- pasar atau market (meliputi pengertian pasar, segmentasi pasar dan klasifikasi struktur pasar)
- pengertian perusahaan *leasing* menurut Drs. C.D. Marpaung, Ak.

Semua teori tersebut akan diuraikan dan dijelaskan secara singkat.

Bab III. Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini penulis akan menguraikan :

- sejarah singkat perusahaan
- bentuk usaha perusahaan
- struktur organisasi perusahaan
- pembagian tugas dan wewenang masing-masing bagian / divisi dalam perusahaan.
- pengembangan operasional perusahaan

Bab IV. Pembahasan

Dalam bab ini akan di bahas mengenai :

- perkembangan kinerja perusahaan di era krisis moneter (meliputi struktur pasar perusahaan, segmentasi pasar, target pasar, tenaga penjualan, efisiensi dan efektifitas kerja para karyawan)
- pengaruh kebijakan penetapan suku bunga leasing terhadap jumlah permintaan pembiayaan konsumen (meliputi kondisi persaingan dan faktor pelayanan)
- peranan kebijakan promosi terhadap peningkatan kinerja perusahaan (meliputi analisa *promotional mix* dan kegiatan promosi perusahaan)

Bab V. Kesimpulan dan Saran-saran

Pada bab ini penulis akan :

- menarik kesimpulan dari analisis pada Bab IV
- penulis juga akan mencoba memberikan saran-saran yang berguna bagi pemecahan masalah perusahaan

Bab VI. Daftar Lampiran

- Daftar Pustaka
- Daftar Pertanyaan Kepada Para Responden
- Struktur Organisasi Perusahaan