

**PERANAN BAGIAN SURVEI DALAM MENENTUKAN KELAYAKAN
KONSUMEN MENDAPATKAN KREDIT MOTOR
(Studi pada PT. Federal Internasional Finance Cabang Sidomulyo Lampung
Selatan)**

**The Role of Survey Section in Determining Consumer Eligibility to Obtain
Motorcycle Financing
(Study at PT. Federal Internasional Finance Sidomulyo, South Lampung Region)**

Suradi¹, Galang Pratama Erlangga²

Program Studi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Tulang Bawang (UTB)
Lampung
suradi0469@gmail.com

ABSTRACT

This study explains the role of the survey section in determining the eligibility of consumers to get motorcycle financing (study at PT. Federal Internasional Finance Sidomulyo South Lampung Region). The survey section is an important part of the company's progress, because the survey section has the task of assessing potential customers who will apply for credit. The purpose of this study is to analyze how the role of the survey section in determining the eligibility of consumers to get a motorcycle financing, which has several indicators, including: Character (character), Capacity (capacity), Capital (capital), Collateral (collateral), and Condition (condition). This research method uses descriptive qualitative research methods and data collection through observation, documentation, and interviews. This research was conducted in the survey section at PT. Federal Internasional Finance Sidomulyo South Lampung Region. The research subjects were 6 (six) people, consisting of 1 (one) key informant and 5 (five) informants. The results of this study indicate that the role of the survey section in determining the eligibility of consumers to get motorcycle financing is in accordance with the 5C principles used to survey potential credit customers and the role of the survey section is also very important for the survival of the company.

Keywords : *role, survey, consumer eligibility, credit*

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang peranan bagian survei dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor (studi pada PT. Federal Internasional Finance cabang sidomulyo lampung selatan). Bagian survei merupakan salah satu bagian yang penting dalam kemajuan perusahaan, karena bagian survei memiliki tugas untuk menilai calon kosumen yang akan mengajukan kredit. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisa bagaimana peranan dari bagian survei dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor, yang memiliki beberapa indikator antara lain : Character (karakter), Capacity (kapasitas), Capital (modal), Collateral (jaminan), dan Condition (kondisi). Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan pengambilan data melalui observasi, dokumentasi, serta wawancara. Penelitian ini dilaksanakan pada Bagian survei di PT. Federal Internasional Finance

Cabang sidomulyo Lampung selatan. Subjek penelitian berjumlah 6 (enam) orang, yang terdiri dari 1 (satu) orang key informan dan 5 (lima) orang informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya peranan bagian survei dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor sudah sesuai dengan prinsip 5C yang digunakan untuk mensurvei calon konsumen kredit dan peranan bagian survei juga sangat penting untuk kelangsungan perusahaan.

Kata kunci : peranan, survei, kelayakan konsumen, kredit

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan leasing adalah badan usaha di luar Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan usaha berupa Pembiayaan Konsumen. Dalam hal ini, penulis membahas kegiatan usaha perusahaan leasing di bidang pembiayaan konsumen, yaitu pembiayaan kredit motor bagi konsumen yang tertera sesuai Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan, Pembiayaan Konsumen (Consumer Finance) adalah kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan pembayaran secara angsuran atau kredit, karena tidak semua masyarakat mampu untuk membeli barang secara tunai.

Lembaga keuangan bukan bank yang ada di Indonesia memiliki peran penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ekonomi harus diarahkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta mengatasi ketimpangan ekonomi dan sosial. Pertumbuhan ekonomi guna meningkatkan kebutuhan usaha dan transportasi, meningkatkan pendapatan masyarakat, perlu diberikan perhatian bagi usaha usaha untuk membina dan melindungi usaha kecil dan tradisional serta golongan ekonomi lemah.

PT. Federal International Finance (FIF) adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pembiayaan sepeda motor khusus merek Honda. PT. Federal International Finance (FIF) didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan sepeda motor merek honda dengan cara membantu dealer Honda melalui penjualan secara kredit. Kelancaran usaha pembiayaan ini sangat tergantung pada kelancaran pembayaran angsuran dari nasabah, sehingga dalam hal ini dibutuhkan suatu sistem yang baik dan terkoordinir terutama dalam pengambilan keputusan pemberian kredit kepada konsumen. Namun, untuk memilih konsumen yang layak mendapatkan kredit tersebut harus dilakukan secara tepat untuk menghindari kemacetan kredit konsumen yang dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan (Suhari dkk, 2009).

Dapat disimpulkan bahwa kasus kredit macet yang menyebabkan berkurangnya peluang profit perusahaan leasing dapat diminimalisir tergantung dari kinerja Surveyor dalam proses menentukan konsumen kredit. Untuk itu, seorang Surveyor dituntut untuk bekerja cepat dan teliti dalam menganalisa banyaknya pemohon kredit yang masuk.

Melihat pentingnya peranan bagian survei dalam sistem pemberian kredit tersebut seperti penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Peranan

Bagian Survei Dalam Menentukan Kelayakan Konsumen Mendapatkan Kredit Motor (Studi kasus PT. Federal Internasional Finance Cabang Sidomulyo Lampung Selatan)".

1.2. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana peranan bagian survei dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor ?

II. Tinjauan Pustaka

2.1. Konsep Teori

2.1.1. Manajemen

Menurut Assauri (2004:12) mengatakan manajemen adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan atau mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan orang lain. Manajemen menurut Malayu S.P Hasibuan (2006:2) adalah: "Ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu". manajemen adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk mengatur dan mengelola berbagai sumber untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif dan efisien.

Manajemen adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk mengatur dan mengelola berbagai sumber untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif dan efisien.

2.1.2. Penjualan

Menurut Moekijat dalam Widharta dan Sugiharto (2013:2), selling adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta

mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Menurut Moekijat dalam Widharta dan Sugiharto (2013:2), selling adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

2.1.3. Kredit

Menurut Rivai dan Veithzal (2006:4), kredit adalah penyerahan barang, jasa atau uang dari satu pihak kreditur atau pemberi pinjaman atas dasar kepercayaan kepada pihak lain (nasabah atau pengutang) dengan janji membayar dari penerima kredit ke pemberi kredit pada tanggal yang telah disepakati kedua belah pihak.

Berdasarkan pengertian kredit menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit adalah pemberian uang atau tagihan berdasarkan kesepakatan pihak penerima kredit dengan jangka waktu tertentu beserta jaminan dengan membayar sejumlah bunga atau pembagi hasil keuntungan yang sudah ditentukan oleh kedua belah pihak.

2.1.4. Leasing

Menurut Komar Andasasmita (Susilo,2001:221), Bahwa leasing adalah menyangkut perjanjian-perjanjian yang dalam mengadakan kontrak bertitik pangkal dari hubungan tertentu diantara lamanya suatu kontrak dengan lamanya pemakaian (ekonomis) dari barang yang merupakan objek kontrak dan disepakati bahwa pihak yang satu (lessor) tanpa

melepaskan hak miliknya menurut hukum berkewajiban menyerahkan hak nikmat dari barang itu kepada pihak lainnya (lessee) sedangkan lessee berkewajiban membayar ganti rugi yang memadai untuk menikmati barang tersebut tanpa bertujuan untuk memilikinya (juridichie eigendom).

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa leasing merupakan suatu kontrak atau persetujuan antara lessor dan lessee, objek-objek sewa guna usaha adalah barang modal, dan pihak lessee memiliki hak opsi dengan harga berdasarkan nilai sisa dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati berdasarkan kesepakatan bersama.

2.1.5. Survei

Survei merupakan salah satu dari metode ilmiah yang masih cukup baru, penelitian ini berkembang mulai dari abad kedua puluh. Penelitian survey dipandang sebagai salah satu cabang penelitian ilmiah dalam ilmu sosial.

Menurut estimologinya survey berasal dari bahasa Latin terdiri dari suku kata sur yang merupakan turunan kata Latin super yang berarti di atas atau melampui. Sedangkan suku kata vey berasal dari kata Latin videre yang berarti melihat, Jadi kata survey berarti melihat di atas atau melampui (Leedy, 1980, dalam Irawan Soeharto, 2000:53).

2.1.6. Kelayakan

Menurut Suliyanto (2010:23), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat

mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (stake holder) dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan. Menurut Jumingan (2011), Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilaksanakan berhasil. Istilahnya proyek mempunyai arti suatu pendirian usaha baru atau pengenalan suatu (barang atau jasa) yang baru ke dalam suatu produk mix yang sudah ada selama ini.

2.1.7. Kelayakan

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6), mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Menurut Hasan (2013:161), menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen baik individu maupun kelompok dalam memilih, memakai, membeli, maupun mengatur suatu produk yang hendak dibeli dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

2.2. Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka bahwa teori 5C menurut Kasmir (2016:91) yaitu Character, Capacity, Capital, Collateral dan Condition merupakan teori yang digunakan penulis dalam meneliti penelitian yang berjudul "Peranan Bagian Survei Dalam Menentukan Kelayakan Konsumen Mendapatkan Kredit Motor".

III. METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian ialah bagian survey pada PT. Federal Internasional Finance Cabang

Sidomulyo, Lampung Selatan. Adapun peneliti akan meneliti tentang peranan bagian survey dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Cabang Sidomulyo Lampung Selatan.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hal ini sesuai dengan pendapat Moleong (2007:6), yang memaknai penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian.

3.3. Sumber Data

Adapun Key Informan dan Informan dalam penelitian ini antara lain :

a. Key Informan

Bapak Adi Jaya (Selaku Kepala Bagian Survei PT. Federal Internasional Finance (FIF) Cabang Sidomulyo Lampung Selatan)

b. Informan

1. Ahmad Yani (Bagian Survei)
2. Fizai Firmanyah (Bagian Survei)
3. Dwi Hardiyanto (Bagian Survei)
4. Adang Abdul Mukti (Bagian Survei)
5. Irfan Mujib (Bagian Survei)

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Data Primer

Sumber Data Primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Kepala Bagian survei PT. Federal Internasional Finance (FIF) Cabang

Sidomulyo Kab. Lampung Selatan lapangan dan 5 staff bagian survei lapangan.

3.4.2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Sumber data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.

3.5. Teknik Analisis Data

1. Teknik Observasi
2. Teknik Wawancara
3. Teknik Dokumentasi

IV. HASIL PENELITIAN

4.1.1. Character (Karakter/Sikap)

Berdasarkan hasil wawancara yang menjelaskan kriteria-kriteria calon konsumen yang layak mendapatkan kredit motor dan juga sikap konsumen yang sering melakukan atau mengalami kredit macet, dapat disimpulkan bahwasanya sikap atau karakter mempengaruhi kelancaran pembayaran angsuran yang akan dilakukan calon konsumen di kemudian hari nantinya. Karena dengan sikap atau karakter calon konsumen yang buruk nanti nya ditakutkan dapat berdampak pada kelancaran pembayaran angsuran kredit konsumen dan juga mengganggu aktifitas dari perusahaan yang memberikan kredit.

4.1.2. Capacity (Kapasitas)

Dapat disimpulkan dari pendapat key informan dan informan bahwa kekuatan atau kemampuan itu juga termasuk kedalam hal yang penting agar nantinya

konsumen tersebut bisa membayarkan kewajiban yang ia miliki dan juga kewajiban yang ia miliki sesuai dengan kekuatan dia untuk membayarkan angsuran yang dia miliki, Agar kedepannya tidak terjadi kredit macet.

4.1.3. Capital (Modal)

Dari wawancara mengenai modal, maka dapat disimpulkan bahwa modal dasar adalah penunjang agar perusahaan mempercayai dan modal dasar juga dapat meminimalisir terjadinya kredit macet, serta membantu pihak leasing mengetahui batas pengajuan atau limit yang akan mereka berikan ke calon konsumen.

4.1.4. Collateral (Jaminan)

Dari hasil wawancara tentang jaminan diatas, dapat disimpulkan bahwa jaminan digunakan agar memperlancar ataupun mempermudah agar calon konsumen mendapatkan acc atau izin melakukan kredit, juga membuat pihak perusahaan yang memberikan kredit lebih yakin dengan calon konsumen yang akan mereka beri kredit.

4.1.5. Condition (Kondisi)

Setelah wawancara tentang kondisi ekonomi calon nasabah dan sudah dijelaskan oleh key informan dan informan dapat diambil kesimpulan bahwa kondisi ekonomi dimasukan kedalam kriteria penting calon konsumen bisa mendapatkan kredit atau tidaknya dikarenakan dengan adanya survei tentang kondisi ekonomi perusahaan pemberi kredit dapat dengan pasti mengetahui kondisi apa yang akan terjadi oleh calon konsumen yang akan mereka beri kredit nantinya. Karena ditakutkan jika kondisi ekonomi calon

konsumen itu buruk, nantinya akan terjadi kredit macet.

V. PEMBAHASAN

5.1. Character (Sikap)

Hasil penelitian wawancara dan pengamatan peneliti menunjukkan bahwa perusahaan diharuskan mengetahui dulu sikap dan karakter dari calon konsumen dan itu termasuk hal yang penting, karena dengan mengetahui sikap dan karakter calon konsumen perusahaan yang akan memberikan jaminan kredit dapat dengan pasti mengetahui sebesar apa tanggung jawab yang dimiliki oleh calon konsumen juga menghindari terjadinya kredit macet dikemudian hari.

5.2. Capacity (Kapasitas)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kapasitas / kekuatan dari seorang calon konsumen untuk membayarkan kewajiban kredit yang nantinya ia miliki harus sesuai dengan besaran kewajiban yang ia miliki dan tidak boleh lebih besar kewajiban yang ia miliki. Karena ditakutkan akan terjadi ketimpangan dan membuat kredit macet, menentukan kapasitas / kekuatan calon konsumen juga tergolong hal yang penting jika nantinya perusahaan tidak ingin terjadi kredit macet oleh konsumen.

5.3. Capital (Modal)

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan bahwa besaran modal yang dimiliki oleh calon konsumen berpengaruh terhadap kepercayaan dari perusahaan untuk memberikan izin kredit kepada calon konsumen, bagian survei melakukan pengecekan pada calon konsumen untuk mengetahui besaran modal yang dimiliki oleh calon konsumen kredit.

5.4. Collateral (Jaminan)

Dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa jaminan termasuk hal yang juga membantu calon konsumen mendapatkan kepercayaan dari perusahaan pemberi kredit, Karena dengan adanya jaminan perusahaan pemberi kredit dapat lebih meminimalisir resiko yang akan terjadi di kemudian hari.

5.5. Condition (Kondisi)

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara serta pengamatan yang peneliti lakukan dapat di simpulkan kondisi ekonomi dari calon konsumen yang mengajukan kredit itu adalah faktor penentu yang cukup besar juga. Karena, jika calon konsumen yang kondisi ekonominya rendah di berikan pinjaman kredit kendaraan ditakutkan akan mengalami kredit macet atau masalah lain nya.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan diatas peneliti dapat menarik kesimpulan tentang peranan yang dilakukan oleh bagian survei

dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor (Studi pada PT. Federal Internasional Finance Cabang Sidomulyo Lampung Selatan), yaitu :

Peran bagian survei dalam menentukan kelayakan konsumen mendapatkan kredit motor sangat penting. Dikarena dengan adanya bagian survei PT. Federal Internasional Finance dapat meminimalisir masalah-masalah yang akan terjadi dikemudian hari dan juga PT. Federal Internasional Finance dapat tahu karakter, kapasitas, modal, jaminan, dan kondisi dari calon konsumen yang akan

mereka berikan kredit motor, agar tidak terjadi hal yang membuat terhambatnya lajur pendapatan atau kas pada PT. Federal Internasional Finance Cabang Sidomulyo Lampung Selatan.

VII. SARAN

Bagi para anggota bagian survei PT. Federal Internasional Finance cabang sidomulyo Lampung Selatan. harus lebih jeli dalam menentukan calon konsumen yang layak mendapatkan kredit motor, agar kedepannya tidak terjadi masalah seperti kredit macet atau pun masalah-masalah lain nya.

Juga anggota bagian survei harus profesional dan harus tetap menggunakan prinsi 5C karena menurut peneliti, prinsi 5C adalah prinsi yang penting untuk menilai layak atau tidak layak nya calon konsumen mendapatkan kredit motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Bella Savitri. 2016. Evaluasi Sistem Pemberian Kredit [Skripsi]. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma
- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofyan. 2004. Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: Lembaga Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2006. Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif. Pendekatan. Jakarta: Prenada Media Group9
- Cresswell, John W. 2016. Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan

- Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. 2013. Perilaku Konsumen. Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat. Jurnal (Online)
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara
- Horngren, Charles T. dan Harrison, Walter T. 2007. Akuntansi. Edisi Ketujuh. Jilid 2. (Alih Bahasa Gina Gania dan Danti Pujiati). Jakarta: Erlangga
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Husnan, Suad & Suwarsono Muhammad. 2014. Studi Kelayakan Proyek Bisnis Edisi. Kelima. UPP STIM YKPN, Yogyakarta Ismail. 2010. Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi. Jakarta: Kencana Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT. Kencana Perdana
- Kurniadi, Firmansyah. 2010. Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada CV Sejati Di Sragen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta. Jurnal (Online)
- Margono, S. 2005. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Miftah Thoha.(2012). Prilaku Organisasi Konsep Dasar dan Implikasinya. Jakarta: Rajawali Pers
- Moh Nazir. 2003. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Riyanto, Yatim. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya : Penerbit SIC.