

Analisis penjualan kredit melalui leasing

Rinto Alexandro^{1✉}, Fendy Hariatama², Tonich Uda³

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya.

Abstrak

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Laba atau laba adalah selisih antara jumlah yang diterima perusahaan dalam penjualan barang atau jasa kepada pelanggan dari jumlah yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa. Kebijakan leasing kredit pada dasarnya adalah untuk memberikan kemudahan bagi pembeli berupa bantuan keuangan sementara selama tidak tersedia dana untuk membiayai pembelian. penjualan kredit melalui Leasing Honda di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya dan cara kelancaran pembayaran angsuran dari pihak perusahaan funding. Penelitian ini membahas tentang analisis penjualan kredit melalui sewa guna usaha sesuai dengan permasalahan penelitian, sehingga jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Untuk memperoleh data yang akurat penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu angket dan dokumentasi. Selanjutnya hasil analisis dalam penelitian ini adalah penjualan kredit melalui leasing pada minggu pertama sebesar 87% dan penjualan tunai sebesar 13%, sedangkan pada minggu kedua penjualan kredit melalui leasing sebesar 79% dan penjualan tunai sebesar 21%. minggu penjualan kredit melalui leasing adalah 82% dan penjualan tunai 18%, pada minggu keempat penjualan kredit melalui leasing 85% dan penjualan tunai 15%.

Kata kunci: Penjualan kredit; leasing; dealer

Analysis of credit sales through leasing

Abstract

Every company basically has a goal to maximize profits. Profit or profit is the difference between the amount received by the company in the sale of goods or services to the customer from the amount that should have been spent to produce and sell goods or services. The credit leasing policy is essentially to provide an easy way for buyers in the form of temporary financial assistance as long as there are no funds available to finance purchases. credit sales through Leasing Honda on Cahaya Indah Motor Dealer in Palangka Raya and how to smooth installment payments on the part of the funding company. This study discusses the analysis of credit sales through leasing in accordance with research problems, so this type of research is quantitative research with a descriptive approach. To obtain accurate data the authors use data collection techniques, namely questionnaires and documentation. Furthermore, the results of the analysis in this study are credit sales through leasing in the first week of 87% and 13% of cash sales, while the second week of credit sales through leasing is 79% and 21% of cash sales, the third week of credit sales through leasing is 82% and 18% cash sales, in the fourth week of credit sales through leasing 85% and 15% cash sales.

Key words: Credit sales; leasing; dealer

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Keuntungan atau laba (profit) adalah selisih antara jumlah yang diterima oleh perusahaan dalam penjualan barang maupun jasa kepada pihak pelanggan dari jumlah seharusnya yang dikeluarkan untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa tersebut. Adapun cara untuk tercapainya tujuan tersebut yakni dengan berupaya meningkatkan penjualan semaksimal mungkin melalui berbagai kebijakan dalam strategi pemasaran. Perusahaan yang bergerak dalam penjualan barang dan jasa dalam rangka mencapai tujuan untuk memperoleh hasil yang maksimal, maka perlu melakukan perencanaan yang matang khususnya pada bagian penjualan. Banyak atau sedikitnya barang yang terjual akan sangat mempengaruhi kemajuan manajemen perusahaan/ badan usaha tersebut. Setiap badan usaha dituntut untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan volume penjualannya, variable yang paling dominan mempengaruhi penjualan adalah produk (Marsudi, Mufti, and Lestari 2020). Sebuah perusahaan membutuhkan adanya sistem pengendalian intern yang baik, mengingat sistem dan prosedur kegiatan yang disusun, ditetapkan ataupun dirancang akan turut membantu pimpinan perusahaan dalam melaksanakan pengendalian intern perusahaan yang dikelolanya. Data penjualan diperlukan untuk membantu meringankan pekerjaan (Nurfitriyenni 2019), pendapatan masyarakat yang tidak stabil menyebabkan penurunan pada sektor penjualan (Jasasila 2018), oleh karenanya bagi Dealer Cahaya Indah Motor, satu-satunya kebijakan yang dapat diambil dalam upaya meningkatkan penjualan adalah memberikan keringanan dalam cara pembayaran (kredit) bagi pembeli sepeda motor Honda. Sedangkan kebijakan produk, harga, promosi dan saluran distribusinya adalah sepenuhnya kebijakan Honda Motor Industry-Jakarta sebagai perusahaan pusat. Waktu yang berjalan terus menerus maju, membuat kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa pada dasarnya semakin meningkat. Kebutuhan terhadap kendaraan salah satu kebutuhan untuk mempermudah arus transportasi, mengingat praktisnya pemanfaatan kendaraan roda dua baik dalam melaksanakan kegiatan perbelanjaan, pekerjaan maupun aktifitas transportasi sehari-hari. Kebutuhan terhadap kendaraan merupakan pembelanjaan (Handoyono and Purnomo 2020), karena kendaraan roda dua juga merupakan moda transportasi dalam berbisnis, transportasi dalam berrekreasi dan masih banyak keperluan manusia yang lain nya. Dengan perkembangan kemajuan teknologi serta peluang yang ada pada masyarakat membuat munculnya berbagai merek kendaraan roda dua. Kondisi ini merupakan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih kendaraan roda dua. Meski demikian, masyarakat juga dituntut selektif dalam memilih jenis kendaraan yang akan dibeli demi dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan sebagai seorang konsumen, mengingat sarana transportasi merupakan sebuah kebutuhan yang paling penting bagi manusia (Lupiko and Waloejo 2018).

Kebijakan kredit leasing pada hakikatnya adalah memberikan cara kemudahan bagi pembeli

dalam bentuk bantuan keuangan sementara selama belum tersedianya dana untuk membiayai pembelian, sedangkan barang atau motornya sangat dibutuhkan dengan waktu dekat. Kemudahan yang dimaksud setelah melakukan pembelian Motor Honda secara leasing yaitu: proses yang mudah dan cepat bagi calon konsumen dalam mendapatkan kendaraan yang di inginkan, jangka waktu pembayaran yang lebih panjang (memberi angsuran yang lebih kecil. Pembelian kendaraan secara kredit memberikan kemudahan dalam memilih uang muka atau DP yang lebih ringan, uang muka yang relatif kecil tidak perlu adanya jaminan berupa harta benda meskipun perlu diperhatikan bahwa analisis pengelolaan kredit yang baik perlu diperhatikan untuk menghindari kredit bermasalah (Widiatno and Aryanto 2013). Alat transportasi roda dua dinilai lebih irit, hemat dan cepat sampai ketempat tujuan bila dibandingkan dengan kendaraan roda empat (mobil). Kebijakan kredit ini didasari atas permasalahan yang sering dihadapi oleh pembeli dan pihak Dealer yaitu sebelum atau tidak melakukan leasing yaitu: terlalu besarnya uang muka yang sering masih belum terjangkau oleh calon pembeli/ masyarakat, tidak semua masyarakat mampu membeli sepeda motor Honda secara kontan, harus adanya jaminan/anggunan dalam kredit. Biasanya tidak adanya harta kekayaan yang bisa dijadikan jaminan untuk kredit menyebabkan rendahnya volume penjualan Honda Motor di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya, meskipun pada prosesnya leasing memang memerlukan analisis kemampuan bayar calon konsumen sebelum menyetujui pengajuan kredit tersebut (Sarwindah and Marini 2020).

Berikut data volume penjualan Motor Honda di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya yang tidak membeli melalui Leasing atau yang membeli secara kontan pada bulan Juli tahun 2019

pada minggu pertama volume penjualan 7, minggu kedua 10, minggu ketiga 9, dan minggu keempat ada 9 volume penjualan motor honda di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jika tidak adanya Leasing, volume penjualan di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya sangat lah rendah. Atas dasar masalah diatas maka Dealer Cahaya Indah Motor telah bekerja sama dengan perusahaan Credit provider penyandang dana untuk memberikan kelonggaran cara pembayaran. Jadi pembeli pada prinsipnya membeli secara tunai (cash) kepada dealer, tetapi kredit kepada perusahaan penyandang dana. Dengan kata lain perusahaan penyandang dana yang membayar kepada dealer, dan pembeli yang mengangsur kepada perusahaan penyandang dana atau melakukan penjualan kredit secara leasing. Bagi dealer berkepentingan dengan volume penjualan, dan bagi perusahaan penyandang dana berkepentingan terhadap bunga, sehingga memberikan bonus (potongan uang muka) agar lebih menarik minat masyarakat untuk membeli. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisi penjualan kredit melalui Leasing motor Honda pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya dan bagaimana kelancaran pembayaran angsuran pada pihak perusahaan penyandang dana.

METODE

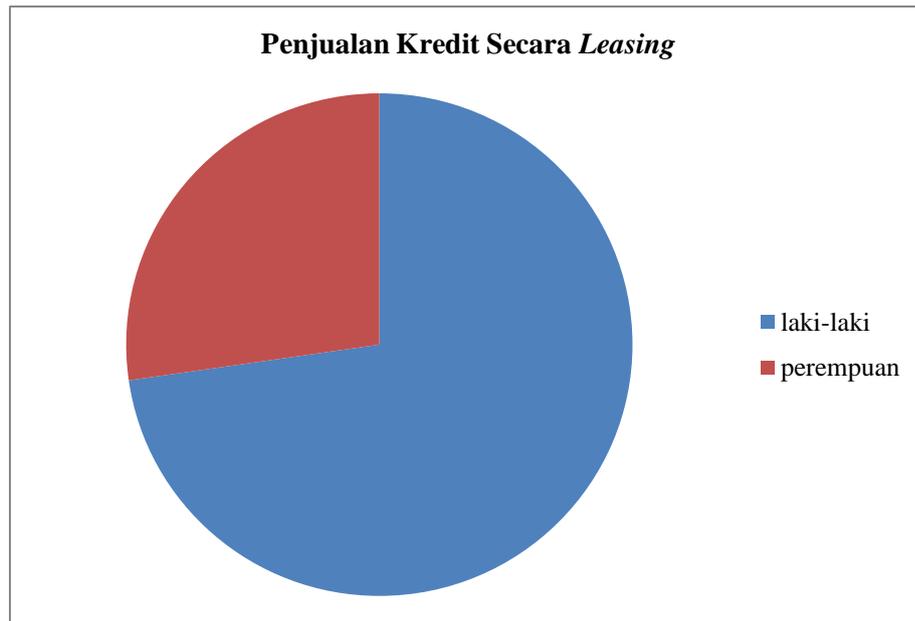
Penelitian ini membahas tentang Analisis penjualan kredit melalui leasing sesuai dengan permasalahan penelitian, maka penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang kemudian menggunakan pendekatan deskriptif. (Sugiyono 2017) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif. Data yang diambil untuk kepentingan penelitian ini berupa data kuantitatif Deskriptif yang menggambarkan tentang Analisi penjualan kredit melalui Leasing Di Dealer Honda Cahaya Indah Motor Palangka Raya bulan juli 2019. Penelitian ini akan dilakukan di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya yang beralamat di Jl.Tjilik Riwut No.2, Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan tengah, dan akan dilaksanakan dari Bulan Juli 2019.

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu angket/ kuesioner dan dokumentasi. (Sugiyono 2018) angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesepakatan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono 2018) dokumentasi adalah untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Data dalam bentuk dokumentasi yang dikumpulkan diantaranya jumlah seluruh karyawan, struktur dalam organisasi, laporan penjualan kredit perusahaan, volume penjualan, daftar harga angsuran motor Honda, dan daftar harga motor Honda per- unit pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya adalah perusahaan motor yang berdiri pada awal januari 2001, beralamatkan di Jl. Tjilik Riwut Km.1 Palangka Raya. Perusahaan ini dikelola oleh H. Nur Rochim sebagai owner atau pemilik perusahaan. Setelah bisnis penjualan motor honda menunjukkan grafik penjualan yang meningkat maka Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya menambah pelayanan service motor honda dan penjualan spare part motor honda asli.

Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya telah bekerja sama dengan perusahaan Credit Provider penyandang dana untuk memberikan kelonggaran cara pembayaran. Jadi pembeli pada prinsipnya membeli secara tunai (cash) kepada dealer, tetapi kredit kepada perusahaan penyandang dana. Misalnya seperti FIF, OTO, dan ADIRA. Maksud dan tujuan membangun atau mendirikan perusahaan ini adalah untuk memperluas daerah pemasaran agar dapat memberikan pelayanan dalam rangka kebutuhan konsumen, juga mempunyai tujuan lain yaitu berperan serta dalam pertumbuhan ekonomi daerah dan juga memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat sesuai dengan jumlah karyawan yang dibutuhkan. Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya dalam usaha meningkatkan penjualan motor honda, perusahaan berupaya menjaga kualitas, mutu dan sistem pelayanan terhadap customer (customer service) agar mampu bersaing dengan usaha lainnya yang sejenis. Adapun karyawan yang bekerja di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya adalah 40 orang.



Gambar 1.
Penjualan Kredit Secara Leasing

Untuk mengetahui nilai penjualan kredit secara leasing terdapat 10 butir pertanyaan yang disediakan dengan 5 alternatif jawaban. Disini penulis akan memaparkan data hasil jawaban angket yang penulis sebarakan pada konsumen yang membeli secara kredit di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya. Selanjutnya akan dihitung presentase dari masing- masing item pertanyaan tentang penjualan kredit secara Leasing, sehingga lebihmudah dalam memahami data pada angket tentang penjualan kredit secara Leasing, berikut adalah frekuensi jawaban responden tentang penjualan kredit secara leasing.

Tabel 1.
Item (1) Konsumen Diperbolehkan Memilih Kontrak Yang Akan Diambil

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	39	89%
Sering	5	11%
Kadang- kadang	0	0%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak Pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 1 ternyata ada 39 orang (89%) konsumen menjawab selalu, 5 orang (11%) konsumen menjawab sering. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya diperbolehkan memilih kontrak yang akan diambil. Kontrak atau perjanjian adalah sarana interkasi dalam pergaulan dalam rangka memenuhi kebutuhan, termasuk sarana transaksi dalam menjalankan bisnis (Kosasih et al. 2019).

Tabel 2.
Item (2) Konsumen Diberikan Hak Untuk Memilih Jangka Waktu Pembayaran Angsuran Sesuai Pilihan yang Ada Pada Brosur

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	30	100%
Sering	10	0%
Kadang- kadang	0	0%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel di atas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 2 ternyata 44 orang (100%) konsumen menjawab selalu. Berdasarkan data diatas konsumen di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya diberikan hak untuk memilih jangka waktu pembayaran angsuran. Dapat disimpulkan bahwa konsumen diberikan hak untuk memilih jangka waktu pembayaran angsuran

sesuai pilihan yang ada pada brosur Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya. Semakin besar nilai pinjaman maka semakin kecil tingkat suku bunga yang dibebankan kepada konsumen dan semakin lama periode pembayaran maka semakin kecil tingkat suku bunga yang dibebankan kepada konsumen (Zuhri 2019).

Tabel 3.
Item (3) Pembelian Secara Kredit Tidak Memerlukan Jaminan Seperti Harta Benda

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	44	100%
Sering	0	0%
Kadang- kadang	0	0%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 3 ternyata 44 orang (100%) konsumen menjawab selalu. Berdasarkan data diatas konsumen di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya diberikan hak untuk memilih jangka waktu pembayaran angsuran. Dapat disimpulkan bahwa pembelian secara kredit pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya tidak memerlukan jaminan seperti harata benda. Karena BPKB tersebutlah yang dijadikan sebagai jaminan, pelaksanaan jaminan fidusia dengan BPKB merupakan pengaturan mengenai kredit dan jaminan fidusia (Chaeroni and Mustafida 2019).

Tabel 4.
Konsumen Bebas Memilih Sepeda Motor Yang Akan Dibeli Pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya.

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	44	100%
Sering	0	0%
Kadang- kadang	0	0%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 4 ternyata 44 orang (100%) konsumen menjawab selalu. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen bebas memilih sepeda motor yang akan dibeli pada Dealer Cahaya Indah Motor. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan citra merek (Adyas et al. 2019).

Tabel 5.
Item (5) Konsumen Bisa Atau Diberi Waktu Untuk Melihat keadaan Sepeda Motor yang Akan Dibeli

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	28	64%
Sering	11	25%
Kadang- kadang	5	11%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 5 ternyata 28 orang (64%) konsumen memberikan jawaban selalu, serta terdapat 11 orang (25%) memberikan jawaban sering dan 5 orang (11%) memberikan jawaban kadang-kadang. Sehingga berlandaskan data diatas dapat disimpulkan bahwa pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya konsumen bisa atau diberi waktu untuk melihat keadaan sepeda motor yang akan dibeli.

Tabel 6.
Item (6) Dealer Cahaya Indah Motor Sering Melakukan Promosi di Sosial Media

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	10	23%
Sering	18	41%
Kadang- kadang	8	18%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Melihat pada tabel di atas dapat diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 6 ternyata 10 orang (23%) konsumen menjawab selalu, terdapat 5 orang (11%) memberikan jawaban sering, 18 orang (41%) memberikan jawaban kadang-kadang. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya kadang-kadang melakukan promosi melalui media sosial. (Akbar and Helmiawan 2018) Setiap dealer seharusnya dapat menerapkan tekniks Social Media Marketing (SMM) dengan baik agar penjualan dapat mencapai target yang diharapkan serta memberikan keuntungan bagi sales sebagai penjual dilapangan.

Tabel 7.

Item (7) Konsumen mengetahui adanya penjualan kredit secara Leasing di Dealer Cahaya Indah Motor dari promosi yang dilakukan oleh Dealer Cahaya Indah motor Palangka Raya di sosial media.

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	10	23%
Sering	5	11%
Kadang- kadang	18	41%
Hampir Tidak Pernah	6	14%
Tidak pernah	5	11%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 7 ternyata 10 orang (23%) konsumen menjawab selalu, 5 orang (11%) memberikan jawaban sering, 18 orang (41%) memberikan jawaban kadang-kadang, 6 orang (14%) memberikan jawaban hampir tidak pernah dan 5 orang (11%) memberikan jawaban tidak pernah. Melihat data diatas penulis menarik sebuah kesimpulan bahwa kadang- kadang Konsumen mengetahui adanya penjualan kredit secara Leasing di Dealer Cahaya Indah Motor dari promosi yang dilakukan oleh Dealer Cahaya Indah motor Palangka Raya di sosial media. Dan sekali lagi promosi menggunakan media sosial memberikan dampak yang positif, mengingat dalam penelitian (Dayana Retis, Aminuyati, and Syahrudin 2016) telah disampaikan bahwa strategi bauran promosi tidak efektif dilaksanakan yaitu pada strategi promosi periklanan khususnya pada penyebaran brosur. Sehingga strategi menggunakan media sosial dirasa paling tepat.

Tabel 8.

Item (8) Keadaan Ruangan Delaer Cahaya Indah Motor Palangka Raya Rapi, Bersih, Nyaman.

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	15	34%
Sering	10	23%
Kadang- kadang	12	27%
Hampir Tidak Pernah	7	16%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 8 ternyata 15 orang (34%) konsumen memberikan jawaban selalu, 10 orang (23%) memberikan jawaban sering, 12 orang (27%) memberikan jawaban kadang-kadang, dan 7 orang (16%) menjawab hampir tidak pernah. Melihat data diatas dapat disimpulkan bahwa Keadaan ruangan Delaer Cahaya Indah Motor Palangka Raya Rapi, bersih dan nyaman. Seperti yang disampaikan (Nugraha, Harsono, and Novirani 2015) bahwa meningkatkan kualitas jasa dengan menggunakan di Service quality (SERVQUAL).

Tabel 9.

Item (9) Di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya Memilik Ruang Tunggu Khusus Untuk Konsumen

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	44	100%
Sering	0	0%
Kadang- kadang	0	0%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 9 ternyata 44 orang (100%) konsumen menjawab selalu. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya memilik ruang tunggu khusus untuk konsumen. Hal ini tentunya memberikan nilai positif, (Suprpto 2017) terdapat pengaruh yang signifikan baik

secara bersama-sama maupun secara parsial persepsi pelayanan dan fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 10.

Item (10) Pembeli Kredit Secara Leasing Pada Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya 100% Dibiayai Oleh Perusahaan *Financial*

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Selalu	44	100%
Sering	0	0%
Kadang- kadang	0	0%
Hampir Tidak Pernah	0	0%
Tidak pernah	0	0%

Dari tabel diatas diketahui penyebaran angket ke 44 responden tentang item pertanyaan nomor 10 ternyata 44 orang (100%) konsumen menjawab selalu. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Pembeli kredit secara Leasing Pada Dealer Cahaya Indah motor Palangka Raya 100% dibiayai oleh perusahaan financial atau penyanggah dana, bagi perusahaan dalam memenuhi tuntutan kebutuhan dana bagi perusahaan adalah merupakan kewajiban dalam dunia bisnis, terutama bagi industri keuangan untuk mengadakan inovasi produknya (Widodo 2003). Data yang terkumpul mengenai penjualan kredit secara Leasing dengan instrumen sebanyak 10 item pertanyaan dari 44 responden, diketahui bahwa skor rata – rata (mean) adalah 44,5 dengan rentang standar deviasi sebesar 2,09. Rentang skor (range) adalah 9 dengan skor minimum adalah 70 dan skor maksimum adalah 48. Nilai tengah (median) adalah 39 serta nilai yang sering muncul (mode) adalah 46.

Tabel 11.

Rangkuman Statistik Deskriptif Penjualan Kredit Secara Leasing

Statistics		
Var0001		
N	Valid	44
	Missing	0
Mean		44.52
Std. Error of Mean		.316
Median		45.00
Mode		46
Std. Deviation		2.096
Variance		4.395
Range		9
Minimum		39
Maximum		48
Sum		1959

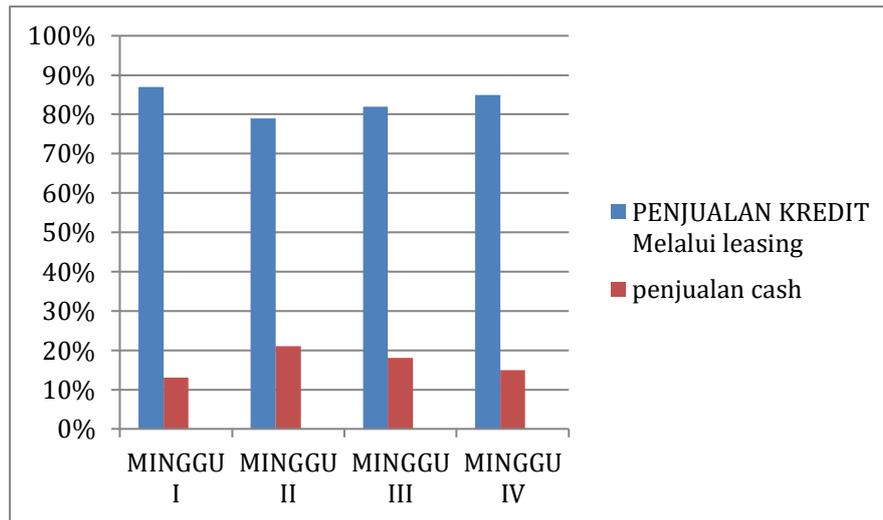
Analisi Data

Analisis data yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini yakni analisi proporsi, yaitu analisi proporsi penjualan kredit melalui Leasing.

Tabel 12.

Proporsi Penjualan Kredit Melalui Leasing Pada Bulan Juli Tahun 2019

Minggu	Volume Penjualan	Penjualan Cash		Penjualan Kredit Melalui <i>Leasing</i>	
		Jumlah	Proporsi	Jumlah	Proporsi
I	52	7	13%	45	87%
II	48	10	21%	38	79%
III	49	9	18%	40	82%
IV	61	9	15%	52	85%



Gambar 2.
Diagram Penjualan Kredit Melalui *Leasing*

Melihat pada tabel tersebut di atas diketahui besarnya penjualan kredit melalui leasing pada minggu pertama sebesar 87% dan 13% penjualan cash, sedangkan minggu kedua penjualan kredit melalui leasing sebesar 79% dan 21% dari penjualan cash, minggu ketiga penjualan kredit melalui leasing sebesar 82% dan 18% penjualan cash, minggu keempat penjualan kredit melalui leasing sebesar 85% dan 15% penjualan cash. Pada diagram tersebut diketahui bahwa pembelian secara kredit mengungguli pembelian secara cash. Meskipun pada penelitian lain yang sifatnya bukan sepeda motor hal ini bisa saja tidak berlaku, seperti pada penelitian baju disampaikan keputusan pembelian antara penjualan tunai dengan penjualan kredit pada baju muslim anak ternyata konsumen lebih memilih pembelian secara cash (Maknunah and Lestari 2018). Dalam penelitian lain juga disampaikan pendapat berbeda bahwa Positioning berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (Mauliansyah 2017). Terakhir penelitian (Pramularso 2021) menyampaikan promosi penjualan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Dalam melaksanakan operasi perusahaan untuk menarik minat para pembeli, peranan penjualan merupakan satu hal yang sangat penting artinya agar tercapai tujuan perusahaan. penjualan adalah salah satu kegiatan utama dalam setiap aktifitas pemasaran oleh sebuah perusahaan atau badan usaha dalam rangka menjaga dan mempertahankan keberlangsungan hidupnya, untuk terus berkembang dan mendapatkan laba. Aktifitas penjualan merupakan rutinitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam rangka menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari setiap transaksi-transaksi yang dilakukan, aktifitas penjualan diartikan sebagai pengalihan hak atau perpindahan kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. penjualan itu ada beberapa macam diantaranya yang dibahas dalam penelitian ini adalah penjualan secara kredit dan penjualan secara cash. Dan untuk membeli kredit yang ada di Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya ini merupakan penjualan kredit melalui leasing yang dimana perusahaan penyandang dana lah yang membayarkan dahulu 100% pembayaran motor honda kepada pihak Dealer dan pihak lessor atau konsumen yang melakukan kredit melalui leasing melakukan angsuran berjangka kepada pihak penyandang dana credit provider. Dan untuk angsuran yang dijalankan atau yang dipilih oleh konsumen harus dijalankan atau harus bertanggung jawab sesuai kerja sama yang telah ditanda tangani. Hal ini agar konsumen terhindar dari kredit macet, mengingat dalam penelitian (Irwansyah, Putu, and Dharmayasa 2018), kredit macet setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Apabila konsumen tidak memberikan angsuran atau angsuran macet terlebih dahulu pihak penyandang dana akan menganalisa, mereka akan menganalisis kendala apa yang menyebabkan nasabah telat membayar. Dalam hal ini pihak leasing kemudian akan memberi toleransi satu sampai tiga bulan asalkan nasabah memiliki niat baik untuk membayar. Pada 7 Oktober 2012 Menteri Keuangan Agus Martowardojo memang secara resmi telah mengeluarkan peraturan yang melarang leasing atau perusahaan pembiayaan menarik

secara paksa kendaraan dari nasabah yang menunggak kredit kendaraan. Peraturan ini sendiri tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 130/PMK.010/2012 tentang pendaftaran fidusia bagi perusahaan pembiayaan (Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia 2012). Dengan telah diterbitkannya peraturan Fidusia tersebut, maka pihak leasing tidak berhak untuk menarik atau mengambil kendaraan Anda secara paksa. Penyelesaian terhadap nasabah yang lalai dalam melakukan pembayaran kewajiban atas beban cicilan kendaraan diselesaikan melalui jalur hukum. PMK tidak membebaskan nasabah dari tanggung jawab cicilannya. Dengan adanya peraturan menteri tersebut, nasabah masih diharuskan untuk membayar cicilan dan angsuran setiap bulannya. Sesuai peraturan yang ada pada PMK tersebut, nasabah atau debitur yang melakukan pembelian motor melalui sistem kredit ini nantinya akan didaftarkan secara fidusia. Peraturan fidusia ini sendiri berlaku sangat kuat karena debitur dan kreditur akan didaftarkan ke Kemenkum HAM. Dengan demikian secara resmi perusahaan leasing dan konsumen bersangkutan saling terikat dan memiliki perjanjian yang harus dijalani. Misalkan untuk debitur, mereka nantinya akan mendapatkan sertifikat fidusia, di mana dalam perjanjian motor yang telah dipegang atas nama mereka tidak boleh dialihkan sepihak. Apabila terjadi peralihan kendaraan secara sepihak tanpa sepengetahuan pihak pembiayaan maka ini berarti nasabah atau debitur dinyatakan telah melanggar dan melakukan tindakan pidana. Oleh karenanya seperti yang disampaikan (Darmawan, Hanifah, and Suryati 2017), meningkatkan pengendalian internal sangat diperlukan dalam menjaga nasabah agar bertanggungjawab dengan kreditnya. Bahkan dalam penelitian (Krisnia and Musmini 2020), disampaikan kredit macet dapat diberikan sanksi hingga sanksi adat. Meskipun dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya sanksi seperti itu namun bisa dijadikan referensi dalam meningkatkan kualitas kredit nasabah.

Pembahasan Hasil Analisi Data

Kegiatan pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk penyediaan barang modal untuk jangka waktu tertentu adalah tugas leasing atau sewa guna. Bagi masyarakat yang membeli secara kredit dapat membeli atau langsung menggunakan sepeda motor honda dengan jaminan fotocopy KTP atau fotocopy kartu keluarga tanpa menggunakan jaminan dan tanpa uang muka yang besar. Pada bulan juli 2019 penjualan secara cash sebanyak 35 motor dan penjualan kredit sebanyak 175. Penjualan kredit melalui leasing membawa pengaruh positif bagi masyarakat maupun pihak perusahaan, seperti yang disampaikan (Rozi and Yahya 2013), karakteristik masing-masing masyarakat dalam memilih kredit terlihat dari golongan penghasilannya. Dan dari analisi data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa benar sebagian masyarakat tidak mampu membeli sepeda motor honda secara cash, sehingga penjualan kredit melalui leasing ini adalah suatu kesempatan yang baik bagi masyarakat yang tidak mampu membeli secara cash dan juga kesempatan baik bagi pihak Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya untuk meningkatkan volume penjualan motor honda. Adapun hasil analisi dalam penelitian ini adalah penjualan kredit melalui leasing pada minggu pertama sebesar 87% dan 13% penjualan cash, sedangkan minggu kedua penjualan kredit melalui leasing sebesar 79% dan 21% dari penjualan cash, minggu ketiga penjualan kredit melalui leasing sebesar 82% dan 18% penjualan cash, minggu keempat penjualan kredit melalui leasing sebesar 85% dan 15% penjualan cash.

SIMPULAN

Penjualan kredit melalui leasing mampu meningkatkan volume penjualan Dealer Honda Cahaya Indah Motor Palangka Raya Pada bulan juli 2019 penjualan secara cash sebanyak 35 motor dan penjualan kredit melalui leasing sebanyak 175. Dapat disimpulkan bahwa 83% penjualan dibulan juli tahun 2019 adalah penjualan kredit melalui leasing dan sisanya 17% adalah penjualan yang dilakukan secara tunai atau cash. Penjualan kredit membawa pengaruh positif bagi masyarakat maupun pihak perusahaan. Dan dari analisi data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa benar sebagian masyarakat tidak mampu membeli sepeda motor honda secara cash, sehingga penjualan kredit melalui leasing ini adalah suatu kesempatan yang baik bagi masyarakat yang tidak mampu membeli secara cash dan juga kesempatan baik bagi pihak Dealer Cahaya Indah Motor Palangka Raya untuk meningkatkan volume penjualan motor honda dan bagi masyarakat yang membeli secara kredit dapat membeli atau langsung menggunakan sepeda motor honda dengan jaminan fotocopy KTP atau fotocopy kartu keluarga tanpa menggunakan jaminan dan tanpa uang muka atau DP yang besar.

Adapun sumbangsih pemikiran yang dapat penulis sampaikan demi kemajuan Dealer, melihat dari hasil penelitian ini maka izinkan penulis menyampaikan beberapa saran yakni, Penjualan kredit

sebaiknya tetap dilaksanakan dalam upaya peningkatan volume penjualan, selain itu juga penjualan kredit pada hakekatnya juga sangat membantu pembeli dalam masalah keuangan. Selanjutnya, Penjualan motor secara kredit sangat membantu bagi pegawai yang berpenghasilan kecil, apalagi adanya penjualan kredit melalui leasing, yang tanpa uang muka dan dengan jangka angsuran yang lebih lama sehingga angsuran lebih kecil. Dan yang terakhir, Penjualan motor secara kredit sangat membantu bagi masyarakat umum yang berpenghasilan kecil, apalagi adanya penjualan kredit melalui leasing yang tanpa uang muka dan dengan jangka angsuran yang lebih lama sehingga angsuran lebih kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Adyas, Dasmansyah, Ifan Setiawan, Dosen Program, Studi Manajemen, Stie Dewantara, Jl Raya, Pemma Bojong, and Alumni Program. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CBR150R Di Cibinong." *Economicus* 13(1):80–90. doi: 10.47860/ECONOMICUS.V13I1.167.
- Akbar, Yopi Hidayatul, and Muhammad Agreindra Helmiawan. 2018. "Penerapan Strategi Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dealer Mobil Toyota, Daihatsu Dan Honda Bandung." *Infoman's* 12(2):115–24. doi: 10.33481/infomans.v12i2.159.
- Chaeroni, Ahmad, and Latifa Mustafida. 2019. "Penyelesaian Perjanjian Pemberian Kredit Dengan Jaminan Kepemilikan Kendaraan Bermotor Di Perseroan Terbatas Bank Perkreditan Rakyat Universitas Gadjah Mada Yogyakarta." *E-Jurnal UCY* 3(2):58–66. doi: <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/flj/article/download/923/961/>.
- Darmawan, Rachmad, Hanifah Hanifah, and Suryati Suryati. 2017. "Analisis Sistem Akuntansi Penjualan Kredit Motor Honda Pada PT. Primadelta Starlestari." *JURNAL STUDIA AKUNTANSI DAN BISNIS* 5(3):163. doi: <https://jurnalstie.latansamashiro.ac.id/index.php/JSAB/article/view/89>.
- Dayana Retis, Aminuyati, and Husni Syahrudin. 2016. "Analisis Strategi Bauran Promosi Sepeda Motor Honda Pada Perusahaan Dagang Meteor Motor Di Sanggau." *Science of Surveying and Mapping* 41. doi: <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/download/15504/13652>.
- Handoyono, Nurcholish Arifin, and Sigit Purnomo. 2020. "Identifikasi Kebutuhan Pembelajaran Praktik Servis Sepeda Motor Dengan Konsep Teaching Factory." *WACANA AKADEMIKA: Majalah Ilmiah Kependidikan* 4(2):106–12. doi: 10.30738/WA.V4I2.7730.
- Irwansyah, M. Rudi, I. Putu, and Arya Dharmayasa. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kredit Macet Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Di Kecamatan X." *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 6(1):11–22. doi: 10.23887/EKUITAS.V6I1.14240.
- Jasasila, Jasasila. 2018. "Analisis Permalan (Perkiraan) Penjualan Sepeda Motor Dealer Honda Pada Cahaya Motor Indah Muara Tembesi." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 2(1):57–65. doi: 10.33087/EKONOMIS.V2I1.31.
- Kosasih, Anggraini, Henny Arianty Simanjuntak, Rima Afrida, and Suhaila Zulkifli. 2019. "Pelaksanaan Perjanjian Pembiayaan Konsumen Dalam Jual Beli Kendaraan Bermotor." *Jurnal Darma Agung* XXVII(1):797–806. doi: <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/134>.
- Krisnia, Putu Lia, and Lucy Sri Musmini. 2020. "Mengungkap Sanksi Pelayanan Adat Sebagai Sistem Pengendalian Internal Pemberian Kredit Pada BUMDes." *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 8(2):176–84. doi: 10.23887/EKUITAS.V8I2.26882.
- Laurens, Sondakh Kelvin, Johnny A. F. Kalangi, and Olivia F. C. Walangitan. 2019. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Pada PT. Tridjaya Motor Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(1):28. doi: 10.35797/jab.9.1.2019.23528.28-34.
- Lupiko, Riza Fakhri, and Handojo Djoko Waloejo. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125." *Jurnal Administrasi Bisnis* 7(1):38. doi: 10.14710/JAB.V7I1.22608.

- Maknunah, Lu'lu UI, and Puji Lestari. 2018. "Analisis Komparatif Penjualan Tunai Dan Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis." *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media* 7(2):44–59. doi: 10.35457/TRANSLITERA.V7I02.592.
- Marsudi, Denni, Abdul Mufti, and Mei Lestari. 2020. "Perancangan Sistem Aplikasi Penjualan Sparepart Pada Toko Kim Jaya Motor." *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)* 1(03). doi: 10.30998/JRAMI.V1I03.382.
- Mauliansyah, Roni. 2017. "Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6(2):818–26. doi: 10.33059/JMK.V6I2.687.
- Nugraha, Tubagus Angki, Ambar Harsono, and D. W. I. Novirani. 2015. "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Service Kendaraan Bermobil Menggunakan Metode Service Quality Di Pt Siloam Kia Bandung." 03(02):12–23. doi: <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/download/745/945>.
- Nurfitriyenni. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Motor Bekas Pada Dealer Syaf Motor Di Bukittinggi." *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)* 3(02):193–202. doi: 10.36665/JUSIE.V3I02.90.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia. 2012. *Pendapatan Jaminan Fidusia Bagi Perusahaan Pembiayaan Yang Melakukan Pembiayaan Konsumen Untuk Kendaraan Bermotor Dengan Pembebanan Jaminan Fidusia*. Jakarta.
- Pramularso, Eegis Yani. 2021. "Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Melalui Promosi Penjualan Dan Lokasi Pada Pt Bintang Motor Jaya Jakarta." *Competence: Journal of Management Studies* 15(2):173–85. doi: 10.21107/KOMPETENSI.V15I2.12515.
- Reminta, Batu Lumban, Fitri Nur Afifah, Hanifah Baihaqi, and Indri Pramesti. 2019. "Seberapa Besar Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Sensus Pada Komunitas Honda Beat Purwakarta)." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 7(1):112–19. doi: 10.33884/JIMUPB.V7I1.942.
- Rozi, Dwi Joko Fachrur, and Kresnayana Yahya. 2013. "Analisa Risiko Kredit Sepeda Motor Pada PT. X Finance (Studi Kasus Kantor Cabang Wilayah Gresik Dan Lamongan)." *Jurnal Sains Dan Seni Pomits* 2(2):231–36. doi: http://ejournal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/viewFile/4830/1384.
- Sarwindah, Sarwindah, and Marini Marini. 2020. "Penunjang Keputusan Dalam Kelayakan Pemberian Kredit Motor Pada PT.Mandala Multifinance." *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)* 7(2):299–309. doi: 10.35957/JATISI.V7I2.389.
- Sestiyanda, Meta Litasari, and Feri Prasetyo. 2018. "Pengembangan Sistem Informasi Booking Service Motor Honda Pada PT. Pacific Motor II Bekasi Berbasis Web." *Jurnal Inkofar* 1(2):2581–2920. doi: 10.46846/JURNALINKOFAR.V1I2.10.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Suprpto. 2017. "Pengaruh Persepsi Pelayanan Dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel PT. Mitra Pinasthika Mustika (MPM) Auto Nissan (Studi Kasus Pada Bengkel MPM Auto Nissan Alam Sutera)." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 3(4):207. doi: 10.30998/jabe.v3i4.1777.
- Widhiananda, I. Gusti Ngurah Agung, I. Made Arsa Suyadnya, and Komang Oka Saputra. 2018. "Rancang Bangun Aplikasi Reservasi Service Untuk Bengkel Sepeda Motor Berbasis Web." *Jurnal SPEKTRUM* 4(2):97. doi: 10.24843/SPEKTRUM.2017.V04.I02.P13.
- Widiatno, Anthony, and Rudy Aryanto. 2013. "Prioritas Alternatif Keputusan Pada Analisis Kredit Motor." *Binus Business Review* 4(1):316–21. doi: 10.21512/BBR.V4I1.1114.

- Widodo, Sugeng. 2003. "Analisis Alternatif Pembiayaan Antara Leasing Dan Kredit Band Studi Kasus Pada PT. Bintang Samudra Surabaya." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* 1(3):273–90. doi: 10.30742/EQUILIBRIUM.V1I3.162.
- Zuhri. 2019. "Analisis Suku Bunga Kredit Berdasarkan Pembayaran Angsuran (Studi Kasus Pada Kredit Multiguna Adira Finance)." *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen* 7(1):37–48.