

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya perkembangan sistem perdagangan di Indonesia saat ini sistem pembelian atau jasa juga berubah dari pembayar secara langsung atau tunai menjadi transaksi secara kredit atau tidak secara tunai. Tujuan perusahaan melakukan penjualan kredit adalah untuk menghadapi pesaing, meningkatkan penjualan dan meningkatkan laba. Perdagangan barang atau jasa pada awalnya menitik beratkan pada pemakaian pertukaran sejumlah uang untuk setiap produk atau layanan yang dipergunakan oleh para konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Namun kebutuhan masyarakat yang begitu banyak dan beragam dan harus dipenuhi secara bersamaan, membuat masyarakat lebih memilih pembelian secara kredit.

Salah satu strategi penjualan pada perusahaan untuk menaikkan volume penjualan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal adalah dengan melakukan penjualan kredit. Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang usaha dagang maupun manufaktur pada umumnya bertujuan meningkatkan laba.

Pada Penjualan kredit memang tidak langsung menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang kepada konsumen dan setelah itu di saat jatuh tempo perusahaan akan melakukan penagihan kepada konsumen sesuai syarat yang telah di sepakati oleh kedua pihak dan dengan begitu perusahaan mendapatkan aliran kas masuk yang diterima dari konsumen. Pengajuan kredit oleh konsumen dengan cara mengorder pembelian kepada perusahaan kemudian menganalisis kredibilitas pembeli atau konsumen. Jika ditolak, maka pengajuan kredit dibatalkan dan jika diterima, maka pembeli dapat melakukan persetujuan kredit dengan membayar uang muka sebagian dan sisa dicicil sesuai perjanjian yang telah disepakati bersama baik pihak pembeli dan penjual dalam waktu yang sudah ditentukan.

Barang yang biasa dibeli secara kredit adalah kendaraan pribadi berupa sepeda motor. Konsumen dapat membeli sepeda motor tidak secara tunai, melainkan secara kredit dan konsumen bisa langsung menikmati barangnya dengan hanya membayar uang mukanya saja terlebih dahulu, sementara sisanya bisa dicicil.

PT. X merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembiayaan dengan berkonsentrasi kepada pembiayaan sepeda motor. Untuk mencapai tujuan perusahaan, maka perusahaan harus memiliki target. PT. X menetapkan target untuk setiap bulannya harus mencapai 75 unit. Dengan adanya target tersebut karyawan yang bekerja harus dapat lebih pintar dalam menyusun strategi agar dapat mencapai target tersebut. Adanya pembiayaan kredit dapat menarik konsumen untuk membeli motor.

Tabel 1. Kasus Kredit Macet 01 Januari- 30 November 2021

Bulan	Unit Motor yang keluar (Kredit)	Unit yang di Tarik (Gagal bayar)	Total Unit yang terjual (Kredit)
Januari	72	7	65
Februari	84	2	82
Maret	90	1	89
April	77	3	74
Mei	84	6	78
Juni	102	5	97
Juli	64	3	61
Agustus	56	2	4
September	94	5	89
Oktober	77	2	75
November	89	4	85

Sumber : PT. X

1.2 Industri Multifinance

Industri multifinance adalah salah satu alternatif masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya terutama pada kalangan kelas bawah dan menengah (Bratadharma, 2019). Industri multifinance diharapkan pada tahun 2020 dapat menjaga keseimbangan antara pertumbuhan piutang pembiayaan dan penyediaan aspek perlindungan konsumen, sehingga industri pembiayaan akan memiliki dampak pertumbuhan yang sehat dan berkelanjutan (Ghifari, 2020).

Di Indonesia jumlah lembaga pembiayaan (multifinance) mengalami penurunan dalam lima tahun terakhir. Di tahun 2021, jumlah lembaga pembiayaan tersisa 223 unit. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebut persentase pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor di Indonesia mencapai 74 persen dari total piutang pembiayaan netto industri atau sebesar Rp3 64,23 triliun per Desember 2021.

Januari 2022 piutang pembiayaan industri pembiayaan dalam tren peningkatan menjadi sebesar Rp367 triliun, Mengacu pada statistik OJK, nilai piutang pembiayaan bersih ini tercatat tumbuh tipis 0,3 persen (year-on-year/yoy) dibandingkan Januari 2021 senilai Rp365,7 triliun, serta mempertahankan tren terus naik sejak awal kuartal IV/2021 industri multifinance sebelumnya begitu terdampak lesunya perekonomian akibat pandemi Covid-19, membuat piutang pembiayaan terus menurun sampai titik terendahnya pada Agustus 2021 senilai Rp358,78 triliun, sebelum akhirnya mulai rebound dan ditutup Rp364,23 triliun pada Desember 2021.

Adapun, OJK juga mencatat *non-performing financing* (NPF) industri pembiayaan turun menjadi 3,25 persen dibandingkan 3,53 persen pada akhir 2021, bahkan sempat menembus 4 persen pada Mei 2021. Begitu pula pada *gearing ratio* (GR) perusahaan pembiayaan alias jumlah pinjaman atau utang sebagai sumber pendanaan operasional dibandingkan modal sendiri, tercatat hanya 1,95 kali.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat jumlah pelaku industri pada April 2021 menyentuh 171 entitas dengan aset total Rp437,92 triliun. Jumlah entitas tercatat turun 6,56 persen secara tahunan dan aset tergerus 16,06 persen. Pasalnya, pada April 2021 jumlah entitas 183 perusahaan dengan aset total Rp521,52 triliun.

Persaingan pada industry multifinance persaingan bukan hanya antar-perusahaan pembiayaan, tetapi juga perbankan, *fintech*. persaingan terjadi khususnya dalam pemanfaatan teknologi untuk menunjang penyaluran pembiayaan saat masa pemulihan ekonomi. Dengan banyaknya persaingan pada industry multifinance, perusahaan pembiayaan menerapkan berbagai macam strategi untuk bertahan dalam persaingan. Peta persaingan pada industri pembiayaan pun semakin ketat dan menuntut perusahaan berpikir lebih keras untuk menentukan strategi bisnisnya dalam menghadapi persaingan mendapatkan porsi konsumen pembiayaan. Hal itu menjadi penting agar bisa tetap tumbuh di tengah sengitnya persaingan bisnis sekarang ini. Dan perusahaan multifinance menyikapi ekonomi digital dengan fintech atau pembiayaan dari *e-commerce*.

Perusahaan multifinance membutuhkan produk asuransi penjaminan pembiayaan, Produk asuransi itu diharapkan bisa melindungi konsumen dari risiko gagal bayar dan juga ancaman kredit macet lainnya di multifinance. Ada tiga manfaat perlindungan yang di inginkan perusahaan multifinance dalam produk asuransi penjaminan pembiayaan, yaitu apabila konsumen meninggal dunia, cacat tetap dan terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) yang mengakibatkan konsumen kesulitan bayar. Dengan demikian kewajiban konsumen membayar angsuran kepada multifinance tidak terganggu atau malah menjadi warisan negatif bagi ahli warisnya kelak. Berdasarkan pengalaman pelaku industri, selama ini, konsumen yang gagal bayar terjadi karena meninggal dunia, cacat tetap dan PHK harus merelakan barang yang dibiayainya.

Dan juga ada beberapa asuransi yang ditawarkan dalam industry multifinance, yaitu :

Jenis Asuransi Motor :

1. *Comprehensive* atau *All Risk* :

Sesuai namanya, produk asuransi ini akan menanggung sebagian besar risiko yang mungkin terjadi pada kendaraan, dan hanya ada segelintir pengecualian saja tergantung dari kebijakan penyedia layanan.

Asuransi motor comprehensive atau *all risk* bisa juga disebut sebagai asuransi motor gabungan karena memberikan jaminan perlindungan terhadap segala jenis kerusakan pada kendaraan akibat kecelakaan. Baik itu kerusakan ringan atau kerusakan besar. Selain itu, risiko kehilangan atau pencurian motor juga akan ditanggung oleh pihak asuransi.

2. Total Loss Only atau TLO

Lain halnya dengan jenis *all risk*, asuransi motor jenis TLO tidak memberikan uang pertanggungan saat kendaraan mengalami kerusakan kecil akibat kecelakaan. Melainkan, pengajuan klaim perlindungan dari asuransi jenis ini hanya bisa dilakukan jika biaya perbaikan atau kerugian akibat kecelakaan pada motor mencapai 75 persen atau lebih dari harga pasaran kendaraan.

Dengan manfaat perlindungan yang lebih terbatas, biaya premi dari asuransi TLO ini tentu relatif lebih terjangkau ketimbang jenis *all risk*. Bahkan, selisih biaya preminya bisa mencapai 50 persen atau lebih.

1.3 Permasalahan

Dalam sistem penjualan kredit pada aktifitas penagihan piutang akan menimbulkan dua hal yang akan terjadi yaitu piutang tertagih yang berpengaruh baik bagi perusahaan dan bisa menjadi piutang tidak tertagih yang berpengaruh buruk pada laba yang merupakan sebuah resiko yang dapat merugikan perusahaan adapun resiko yang mungkin akan terjadi pada PT.X

Pada 1 Januari- 30 November 2021 PT. X mengeluarkan 889 unit motor kredit, dan 40 unit motor ditarik disebabkan karena tidak dapat membayar tagihan.

Sebelum adanya penarikan motor, dari perusahaan telah memberikan surat peringatan sebanyak 3 kali dalam waktu tertentu. Namun jika tidak ada tindakan dari peminjaman

maka dari perusahaan memberikan somasi (surat keterangan tarikan). Di dalam pernyataan somasi diberikan batas waktu 7-14 hari untuk melunasi jika motor dari peminjam sudah ditarik.

Dan didalam pembayaran jika motor sudah ditarik, diharuskan peminjam untuk membayar penuh (tunggakan, denda, dan biaya tarikan). Jika peminjam tidak dapat membayar maka motor akan dilelang. Namun dalam pembahasan ini risiko kredit macet yang dimaksud adalah ketika peminjam mengalami kesulitan dalam pembayaran karena adanya faktor-faktor yang di sengaja maupun karena kondisi di luar kemampuan peminjam

Setiap perusahaan, besar atau kecil, memiliki risiko dalam setiap transaksi maupun hubungan yang mereka ambil. Risiko ini harus diidentifikasi untuk dapat dikendalikan dan diatur (Nag, 2010).

Penerapan *risk management* ini sangat penting bagi usaha yang memiliki tingkat risiko yang tinggi seperti perusahaan pembiayaan. Salah satu bidang usaha perusahaan pembiayaan adalah perusahaan pembiayaan konsumen (*consumers finance company*) adalah kredit kendaraan bermotor.

Dengan adanya peningkatan risiko piutang tak tertagih atau gagal bayar akan mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka Penulis akan mengkaji lebih mendalam dalam bentuk penelitian dengan judul **ANALISIS RISIKO KREDIT MACET PADA PEMBIAYAAN MOTOR PT. X.**

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana identifikasi peta bisnis dari risiko kredit macet pada pembiayaan motor PT. X ?
2. Bagaimana mengukur peluang dan dampak risiko kredit macet pada pembiayaan motor PT. X ?

3. Bagaimana tindakan manajemen risiko (mitigasi) dalam mengurangi risiko akibat kejadian yang tidak di inginkan dari risiko kredit macet pada pembiayaan motor PT. X ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menggambarkan identifikasi peta bisnis dari risiko kredit macet pada pembiayaan motor PT. X
2. Menentukan besaran risiko dari tiap tahapan risiko kredit macet pada pembiayaan motor PT. X
3. Mitigasi atas risiko kredit macet pada pembiayaan motor PT. X

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memberikan kontribusi pemikiran pengembang ilmu manajemen risiko tentang risiko kredit macet pada penjualan kredit sepeda motor.
2. Untuk memberikan masukan berharga bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pembiayaan dengan berkonsentrasi dalam pembiayaan motor.