

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat atau konsumen. Tetapi pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha. Perusahaan yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang (<http://repository.unhas.ac.id>).

Pada kenyataannya orang-orang dalam memenuhi kebutuhannya sering mengalami masalah, yaitu dana untuk memenuhi kebutuhan mereka tidak tersedia. Sama halnya pada dunia bisnis, seringkali untuk mendapatkan modal usaha atau untuk mengembangkan bisnis yang sudah ada para wirausaha juga mengalami masalah yang sama yaitu ketidak tersediaanya dana. Saat ini banyak anggota masyarakat yang memanfaatkan jasa dari lembaga pembiayaan dalam pembelian barang elektronik. Hal ini disebabkan banyak masyarakat membutuhkan barang elektronik untuk memenuhi kebutuhan, tetapi di lain pihak tidak semua masyarakat dapat melakukan pembelian secara tunai, namun masyarakat dapat membeli barang secara kredit. Pembelian secara kredit memberikan manfaat dan keuntungan yang tidak sedikit bagi masyarakat. Di tengah daya beli masyarakat yang lemah, beragam kemudahan untuk memiliki barang elektronik ditawarkan oleh lembaga pembiayaan.

Hal ini membuat terbukanya peluang bagi lembaga-lembaga keuangan baik itu bank maupun lembaga keuangan bukan bank (LKBB). Pada umumnya lembaga-lembaga keuangan, tapi secara khusus lembaga keuangan bukan bank memiliki produk jasa yaitu pinjaman/kredit. Dengan adanya kredit dapat membantu pihak-pihak yang dalam hal ini kekurangan dana, bisa mendapatkan dana dengan cepat dan mudah tanpa proses atau prosedur yang lama, dan juga didasari oleh sering munculnya berbagai kebutuhan-kebutuhan konsumen yang sifatnya mendesak (Daud, 2013).

Berbagai cara yang ditempuh oleh pihak manajemen untuk meningkatkan penjualan. Mulai dari variasi produk, pemberian hadiah dan potongan harga, sampai dengan penjualan secara kredit. Strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan laba salah satunya adalah penjualan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang kepada konsumen atau disebut piutang usaha, dan barulah kemudian pada hari jatuh temponya, terjadi aliran kas masuk (cash in flow) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut (Nurjannah, 2009: 1).

Dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah aspek pemasaran, yaitu bagaimana supaya barang atau jasa dapat terjual. Setiap perusahaan akan menganut sistem pemasaran yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut, untuk itu perlunya strategi penjualan yang tepat dalam meningkatkan omset penjualan. Salah satu cara meningkatkan penjualan adalah dengan menggunakan strategi lembaga pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat. Setiap kegiatan pembiayaan perusahaan dalam bentuk penyediaan barang-barang modal yang digunakan untuk jangka waktu tertentu didasari pembayaran secara berkala disertai dengan hak pilih bagi perusahaan untuk membeli barang-barang modal yang bersangkutan atau memperpanjang jangka waktu *leasing* berdasarkan nilai sisa yang telah disepakati bersama.

Istana Elektronik Palembang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Elektronik yang memiliki pusat penjualan di Jl. Beringin Janggut II 74-D, 17 Ilir, Ilir Timur I Kabupaten/Kota Palembang dan memiliki 3 (tiga) cabang yaitu di Palembang Indah Mall (PIM) di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18, Palembang Trade Center (PTC) di Jalan R. Sukanto No.8 dan cabang di Jalan Veteran No. 922. Bapak Ir. Sutanto adalah pemilik perusahaan elektronik ini. Istana Elektronik menjual berbagai peralatan elektronik yaitu: TV, AC, Kulkas, Home Theater, Blender, Rice Cooker, Dispenser, Mesin Cuci, Pembersih Udara Plasmacluster, Microwave, Kipas Angin dijual dengan harga yang terjangkau dan barang yang berkualitas. Volume penjualan yang dilakukan oleh Istana Elektronik untuk keseluruhan barang elektronik mulai dari tahun 2011-2014 mengalami peningkatan. Pada tahun 2011 volume penjualan sebesar Rp 6.757.920.000, pada tahun 2012 meningkat menjadi Rp 7.756.320.000, dan pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi Rp 9.001.800.000.

Ketatnya persaingan di antara perusahaan elektronik sehingga menuntut para pemimpin perusahaan untuk pandai menyusun strategi agar tetap bertahan dalam usahanya, Istana Elektronik bekerja sama dengan lembaga pembiayaan (*Leasing*) FIF Spectra untuk meningkatkan volume penjualan dengan memberikan kredit kepada konsumen. Adanya lembaga pembiayaan FIF Spectra mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan serta memberikan persyaratan yang sangat mudah. Penjualan untuk keseluruhan barang di Istana Elektronik dengan menggunakan lembaga pembiayaan Spectra pada tahun 2011 Rp 1.561.000.000, pada tahun 2012 Rp 1.828.320.000, dan tahun 2013 sebesar Rp 2.416.200.000.

Berdasarkan Uraian diatas jelaslah bahwa pentingnya lembaga pembiayaan dalam meningkatkan penjualan, dengan adanya lembaga pembiayaan yang memberikan persyaratan yang mudah bagi calon konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan cara kredit, untuk itu penulis mengambil judul **“PERANAN LEMBAGA PEMBIAYAAN**

## **DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ISTANA ELEKTRONIK PALEMBANG INDAH MALL”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka permasalahannya adalah Bagaimana Peran Lembaga Pembiayaan Spectra dalam meningkatkan penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Pada Laporan Akhir ini supaya tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas yaitu:

1. Peranan Lembaga Pembiayaan Spectra dalam meningkatkan penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.
2. Upaya-upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.

### **1.4 Tujuan Dan Manfaat Penulisan**

#### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Berkaitan dengan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan utama dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui Peranan Lembaga Pembiayaan Spectra dalam meningkatkan Penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.
2. Untuk mengetahui Kegiatan dan Upaya yang dilakukan oleh Lembaga Pembiayaan dalam meningkatkan Penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.

#### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis

Penelitian ini bisa membuka wawasan penulis dan menambah pengetahuan mengenai peranan dari Lembaga Pembiayaan (*Leasing*) dalam meningkatkan penjualan.

2. Perusahaan

Penulisan laporan ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan peran dari Lembaga Pembiayaan.

3. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya terutama mengenai Peran Lembaga Pembiayaan (*Leasing*) untuk meningkatkan penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu Peran Lembaga Pembiayaan (*leasing*) dalam meningkatkan penjualan pada Istana Elektronik Palembang Indah Mall.

### **1.5.2 Jenis Dan Sumber Data**

Menurut Sugiono (2007;402) Dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dalam hal ini melakukan wawancara langsung dengan pimpinan atau karyawan perusahaan di Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18.

## 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen seperti : Struktur organisasi, daftar barang, harga barang, pendapatan perusahaan di Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan laporan akhir.

### 1.5.3 Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Kuncoro (Yusi, 2009:59) populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Unit populasi yang dimaksud disini adalah jumlah konsumen yang melakukan pembelian barang-barang elektronik melalui lembaga pembiayaan Spectra di Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18, dari bulan Januari-April 2014 yaitu: bulan Januari sebanyak 33 orang konsumen, bulan Februari sebanyak 35 orang konsumen, bulan Maret sebanyak 38 orang konsumen, dan bulan April sebanyak 46 orang konsumen.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian (Sugiyono 2008:96). Metode penarikan sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dengan membatasi waktu pada saat penyebaran kuesioner yaitu 1 (satu) bulan.

Untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Rata-rata hitung (*arithmetic mean*) yaitu suatu himpunan data kuantitatif dengan menjumlahkan seluruh data dibagi dengan banyaknya data yang ada (Kuncoro 2003:173).

Rumus Rata-rata hitung (*arithmetic mean*):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{(33 + 35 + 38 + 46)}{4} = \frac{152}{4} = 38$$

Maka diperoleh jumlah rata-rata per bulan adalah 38 sampel.

#### 1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan berbagai macam metode pengumpulan data, agar mendapatkan data-data yang diperlukan guna penulisan laporan ini. Ada beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu:

##### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Suatu metode untuk mendapatkan data dengan mengadakan penelitian secara langsung ke lokasi Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18 menggunakan metode sebagai berikut:

###### a. Wawancara (*interview*)

Penulis melakukan wawancara dengan supervisor Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18 yang dalam hal ini berwenang memberikan informasi dan data-data yang diperlukan penulis dalam menulis Laporan Akhir ini, untuk mendapatkan keterangan langsung

mengenai target pendapatan di perusahaan serta bagaimana peran lembaga pembiayaan dalam meningkatkan penjualan.

b. Observasi

Yaitu dengan cara mengadakan pengamatan langsung di Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18 dengan cara melihat beberapa catatan lapangan dan dokumen yang ada pada perusahaan untuk kemudian dijadikan data pendukung.

c. Kuesioner

Penulis mengumpulkan data mengenai konsumen, dengan memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen Istana Elektronik Palembang Indah Mall di Jl. Let. Kol. Iskandar No. 18 guna memperoleh data yang berkaitan dengan peranan lembaga pembiayaan dalam meningkatkan penjualan

**2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)**

Yaitu mempelajari buku-buku dan referensi yang lain untuk mendapatkan keterangan yang berhubungan dengan masalah, agar dapat membandingkan antara teori dengan praktek di instansi.

**1.5.5 Metode Analisa Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2008) terdiri dari 2 metode:

1. Metode Analisa Kuantitatif

Data yang berbentuk angka yang kemudian diolah dan dianalisa serta diambil kesimpulan yang menggambarkan objek tersebut. Pada penelitian ini teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang dihitung



menggunakan presentase. Menurut Sudijono (2009:43) rumus yang digunakan untuk menghitung data hasil pengumpulan kuesioner adalah:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Angka Presentase

F = frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N = Number of Cases (jumlah frekuensi/banyaknya individu)

## 2. Metode Analisa Kualitatif

Data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar dari perusahaan dan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga dapat di analisa dan diambil kesimpulan yang dapat dijadikan masukan di dalam memecahkan masalah. Jadi, bentuk analisa ini dilakukan merupakan penjelasan-penjelasan, yaitu menjelaskan peran lembaga pembiayaan dalam meningkatkan penjualan.

### 1.5.6 Skala Pengukuran

Penulis akan menggunakan skala *Guttman* dalam pengukuran kuesioner. Kuesioner tersebut menggunakan skala *Guttman*. Menurut Sugiyono (2008:111) skala *Guttman* ialah skala yang digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas (tegas) dan konsisten. Misalnya: Yakin-tidak yakin, ya-tidak, benar-salah, positif-negatif, pernah-belum pernah, setuju-tidak setuju, dan lain sebagainya.

**Tabel 1.1**  
**Pengukuran Skala Guttman**

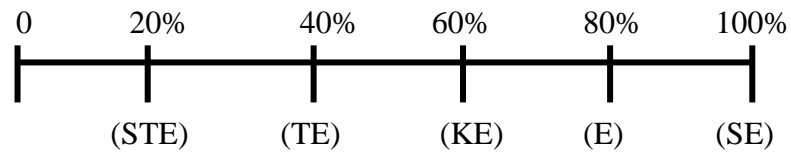
Skala Guttman	Bobot Nilai
Ya	1

Tidak	0
-------	---

Jumlah skor ideal untuk skor tertinggi =  $1 \times 38 = 38$  (YA)

Jumlah skor terendah =  $0 \times 38 = 0$  (TIDAK)

Jadi, berdasarkan data skor tertinggi diperoleh dari 46 responden maka persentase kelompok dapat dilihat seperti berikut:



Keterangan: Kriteria Interpretasi Skor:

Angka 0%-20% = Sangat Tidak Efektif

Angka 21%-40% = Tidak Efektif

Angka 41%-60% = Kurang Efektif

Angka 61%-80% = Efektif

Angka 81%-100% = Sangat Efektif