BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak dulu sampai sekarang penjualan masih tetap berperan paling penting diantara aktivitas lainnya. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba. Banyak faktor selain usaha promosi termasuk segi pelayanan atau pemberian service, harga yang cocok, juga bagian pimpinan perusahaan dapat mengikuti order penjualan yang masih luas/terbuka.

Dalam era industrialisasi semakin bermunculan perusahaan yang bergerak dibidang industri. Hali ini dapat memicu persaingan yang begitu ketat antara perusahaan yang bergerak dalam satu bidang atau dalam bidang yang sama, sehingga setiap perusahaan harus lebih berhati-hati dalam mengelola perusahaannya. Apabila perusahaan tidak berhati-hati serta mengabaikan fenomena ekonomi yang terjadi, maka akan mengalami kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Fenomena ekonomi yang terjadi dewasa ini dapat mengakibatkan terjadinya suatu perubahan suatu perubahan lingkungan serta seluruh faktor pendukung lainnya. Dengan demikian perusahaan perlu mengatisipasi perubahan itu, agar mereka dapat menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi dalam menjalankan usahanya. Perubahan tersebut meliputi perubahan-perubahan pola bisnis dari *orientasi seller's market* (pasar penjual) ke *buyer's market* (pasar pembeli). *Seller's market* merupakan suatu keadaan

suatu pasar dimana penjual atau perusahaan yang memegang kendali pasar seperti penentuan harga maupun volume produk yang dihasilkan, karena masih sedikitnya penjual dan perusahaan yang masuk dalam pasar. Sedangkan *buyer's market* merupakan pembeli atau konsumen yang menentukan dalam suatu perdagangan atau pasar. Hal ini disebabkan banyaknya perusahaan atau penjual yang masuk dalam pasar. Sehingga terjadi persaingan dalam menarik konsumen.

Persaingan adalah merupakan bagian dari perkembangan pertumbuhan perusahaan, akan tetapi peraturan pemerintah yang langsung berdampak pada penjualan merupakan bagian dari masalah yang harus dihadapi untuk mencapai eksistensi perusahaan. Perusahaan sudah seharusnya merespon untuk mentaati peraturan pemerintah tersebut, apapun dampaknya bagi perusahaan. Seperti misalnya peraturan pemerintah tentang pemberlakuan jumlah uang muka minimal yang harus diberikan oleh konsumen dalam memperoleh kredit kendaraan bermotor, juga mempunyai dampak bagi perusahaan, khususnya yang bergerak di bidang pendanaan. Oleh karena itu penulis memilih judul: Analisis Sebelum Dan Sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI NO. 43/PMK.010/2012 Terhadap Uang Muka, Pencairan Dan Penjualan Kendaraan Bermotor Pada Perusahaan Pembiayaan (Studi Kasus Pada PT. Sasana Artha Finance Cabang Blitar)

B. Permasalahan

Laba merupakan hasil dari penjualan dikurangi dengan beban-beban baik admisnitrasi maupun yang beban lainnya, apabila penjualan turun, maka akan menurunkan laba perusahaan, begitu pula sebaliknya. Penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor internal yang masih mampu dihadapai oleh perusahaan dan faktor eksternal yang merupakan faktor yang sulit untuk dikendalikan oleh perusahaan. Dengan adanya Peraturan Menteri Keuangan RI NO. 43/PMK.010/2012 tentang Uang Muka Kendaraan Bermotor, ini akan berdampak secara langsung terhadap penjualan dan pencairan kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan khususnya pada PT. Sasana Artha Finance Cabang Blitar. Dengan naiknya uang muka kendaraan bermotor, maka uang muka yang selama ini dianggap harga mula-mula suatu produk menjadi naik, sesuai dengan hukum permintaan, naiknya harga akan menurunkan penjualan yang pada akhirnya mempengaruhi laba perusahaan.

C. Rumusan masalah

Dengan mengacu pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada perbedaan uang muka sepeda motor sebelum dan sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI No. 43/PMK.010/ 2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan?

2. Apakah ada perbedaan pencairan sepeda motor kepada dealer sebelum dan sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI No. 43/PMK.010/ 2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan?
3. Apakah ada perbedaan penjualan sebelum dan sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI No. 43/PMK.010/ 2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan?

D. Tujuan Penelitian

Dengan berdasarkan pada rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui perbedaan uang muka sepeda motor sebelum dan sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI No. 43/PMK.010/ 2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan.
2. Untuk mengetahui ada perbedaan pencairan sepeda motor kepada dealer sebelum dan sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI No. 43/PMK.010/ 2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan.
3. Untuk mengetahui ada perbedaan penjualan sebelum dan sesudah Peraturan Menteri Keuangan RI No. 43/PMK.010/ 2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Peneliti

   a. Menambah referensi untuk peneliti berikutnya.

   b. Untuk mempraktekkan ilmu pengetahuan yang didapat dibangku perkuliahan.

2. Bagi manajemen PT. Sasana Artha Finance Cabang Blitar

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana sumbangan pikiran dalam menentukan kebijakan kredit yang diberikan kepada nasabah.

3. Bagi pemegang saham

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan untuk masa yang akan datang.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selajutnya.