

**IMPLEMENTASI PRINSIP PEMBIAYAAN KREDIT
KONSUMTIF & STRATEGI PENYELESAIAN KREDIT
BERMASALAH**
(Studi di PT BFI Finance Indonesia tbk, Cabang Kota
Malang)

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Adityo Nugroho W
0710213008**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2014**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**IMPLEMENTASI PRINSIP PEMBIAYAAN KREDIT KONSUMTIF &
STRATEGI PENYELESAIAN KREDIT BERMASALAH
(Studi di PT BFI Finance Indonesia TBK, Cabang Kota Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Adityo Nugroho Winardi
NIM : 0710213008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 06 Februari 2014.

Malang, 06 Februari 2014

Dosen Pembimbing,

Dr. Asfi Manzilati, SE.,ME

NIP. 19680911 199103 2 003

IMPLEMENTASI PRINSIP PEMBIAYAAN KREDIT KONSUMTIF & STRATEGI PENYELESAIAN KREDIT BERMASALAH (Studi di PT BFI Finance Indonesia TBK, Cabang Kota Malang)

Adityo Nugroho Winardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: adit_ringgo@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi prinsip pembiayaan kredit konsumtif yang ditinjau dari undang-undang pemerintah dengan penerapan di lembaga keuangan non bank. Undang – undang Nomor 30/PMK.010/2010 tentang penerapan prinsip mengenal nasabah bagi lembaga keuangan non bank dan undang – undang Nomor 43/PMK.010/2012 tentang uang muka telah dianggap menjadi salah satu acuan pihak pemerintah dalam proses pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor. Namun, implementasi undang – undang yang telah dikeluarkan pemerintah belum tentu dilaksanakan dengan sempurna oleh lembaga keuangan non bank. Maka dari itu peneliti akan meneliti bagaimana implementasi prinsip pembiayaan kredit konsumtif yang dilakukan PT. BFI Finance Kota Malang. Peneliti juga akan meneliti bagaiman strategi perusahaan daam mengatasi kredit bermasalah.

Dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan context analysis sehingga peneliti dapat menjawab rumusn masalah diatas. Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa dalam implementasi undang-undang nomor 30/PMK/010/2010 dan undang – undang nomor 43/PMK/010/2012 terhadap proses pembiayaan kredit konsumtif kendaraan bemotor (studi pada PT. BFI Finance Kota Malang) telah tersosialisasi dengan benar, walaupun belum terlaksana secara sempurna, hal ini dikarenakan para karyawan belum mengetahui secara jelas isi dan arti dari undang – undang tersebut namun dalam standart proses pemberian kredit yang dikeluarkan PT. BFI Finance telah sesuai dengan undang - undang pemerintah

Kata kunci: Undang – undang Nomor 30/PMK/010/2010, Undang – undang Nomor 43/PMK/010/2012, Proses Pembiayaan Kredit Konsumstif

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan dana bagi seseorang merupakan hal yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari- hari. Pada umumnya seseorang tidak mampu memenuhi segala kebutuhannya sendiri secara *instan* atau pada saat itu juga terpenuhi apalagi dalam memenuhi kebutuhan yang memiliki nilai harga tinggi. Cara yang biasa digunakan konsumen yaitu dengan meminjam uang kepada bank, lembaga keuangan non bank ataupun kerabat terdekat dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. Proses pinjam meminjam yang biasa disebut dengan proses utang piutang. Saat ini di Indonesia mulai banyak lembaga keuangan non bank yang dapat membantu dalam pembiayaan kebutuhan masyarakat sesuai dengan keperluannya. Data Bank Indonesia tahun 2009 mencatat bahwa sebanyak 58% kredit diperlukan untuk keperluan pribadi, 28% digunakan untuk keperluan usaha dan sisanya 14% gabungan antara keperluan usaha dan pribadi. Adanya kredit konsumtif yang besar telah memberikan sumbangan sebesar 7% pada GDP Indonesia. Meningkatnya angka kredit konsumtif, membuat lembaga keuangan

baik bank atau non bank, telah mengeluarkan berbagai produk pembiayaan bagi konsumen dengan cara yang mudah dan murah, hal tersebut membuat konsumen semakin terpicu oleh promosi pihak lembaga keuangan. Seperti yang diketahui, bahwa bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang salah satu kegiatan di dalamnya adalah untuk meminjamkan uang (kredit) . Bank dalam kegiatannya tidak hanya menyimpan dana yang diperoleh, akan tetapi untuk pemanfaatannya bank menyalurkan kembali dalam bentuk kredit kepada masyarakat yang memerlukan dana cepat untuk usaha maupun untuk kebutuhan pribadinya.

Kredit untuk kepemilikan kendaraan bermotor di Indonesia merupakan kredit konsumtif terbesar kedua setelah kredit kepemilikan rumah. Hal ini tidak lepas dari kebutuhan masyarakat akan kendaraan bermotor terutama mobil yang sangat tinggi. Mudahnya syarat pengajuan kredit kendaraan serta uang muka ringan yang ditawarkan oleh perusahaan pembiayaan menarik minat konsumen untuk mengajukan kredit ke perusahaan pembiayaan. Namun dampak yang terjadi adalah timbul persaingan tidak sehat antar perusahaan dalam penentuan uang muka, hal tersebut dilakukan untuk menarik jumlah konsumen sehingga konsumen berlomba-lomba mencari uang muka yang lebih murah.

Dampak yang timbul tersebut membuat Menteri Keuangan mengeluarkan aturan tentang syarat minimum uang muka untuk kendaraan bermotor, baik roda dua maupun roda empat bagi pembiayaan konsumen. Menteri Keuangan mengeluarkan peraturan tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan yang tercantum di dalam Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 43 /PMK.010/ 2012 , yang mengatur tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan. Bagi kendaraan bermotor roda empat yang digunakan untuk tujuan non-produktif, paling rendah uang muka 25% dari harga jual kendaraan yang bersangkutan.

Larangan uang muka rendah ini juga bertujuan untuk menyaring perusahaan pembiayaan dalam menjaring konsumen yang sehat. Selain itu, pertimbangan pengaturan yang dilakukan Kementerian Keuangan untuk meningkatkan kehati-hatian dari perusahaan pembiayaan dalam menyalurkan kredit, menghindari perang tarif uang muka antar perusahaan pembiayaan, mengurangi *moral hazard* konsumen yang mempunyai itikad tidak baik, dan menetapkan besar uang muka yang sama ke seluruh perusahaan pembiayaan.

Dalam pemberian kredit konsumen, perusahaan memiliki prosedur yang digunakan dalam memberikan fasilitas kredit dan prosedur tersebut harus dipenuhi oleh konsumen. Untuk mengajukan kredit kepada lembaga keuangan, konsumen juga harus memenuhi syarat yang diberikan lembaga tersebut. Prosedur yang harus dipenuhi konsumen adalah sebagai berikut : calon nasabah harus memberikan identitas maksud dan tujuan melakukan transaksi atau perikatan dengan lembaga pembiayaan. Menurut UU Kementrian Keuangan RI NOMOR 30/PMK.010/2010 tentang Pengenalan Prinsip Pengenalan Nasabah bagi Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) berisi “Prinsip Mengenal Nasabah adalah prinsip yang diterapkan Lembaga Keuangan Non Bank untuk mengetahui identitas nasabah dan memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk pelaporan transaksi yang mencurigakan.

Suatu kredit diberikan terutama atas integritas atau kepribadian debitor, kepribadian yang dapat meyakinkan kreditor, bahwa debitor akan memenuhi kewajiban pelunasannya dengan baik. Akan tetapi juga suatu ketika nampaknya keadaan keuangan seseorang baik, belum menjadi jaminan bahwa pada saat jatuh tempo debitor akan mengembalikan pinjaman, keadaan keuangannya masih tetap sebaik keadaan semula.

Bagi lembaga keuangan pembiayaan konsumen selaku kreditor dalam memberikan pinjaman, tidak hanya sekedar diikuti oleh rasa percaya saja, tetapi juga disertai dengan adanya syarat- syarat dan jaminan. Tetapi walaupun sudah mengikuti prosedur, tidak menutup kemungkinan terjadinya kredit bermasalah. Kredit yang bermasalah tentu saja akan menghambat profit yang seharusnya diterima oleh perusahaan.

B. KERANGKA TEORI

Implementasi Kebijakan

Menurut Meter dan Horn, pengertian implementasi kebijakan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh individu- individu/ pejabat- pejabat atau kelompok- kelompok baik pemerintah maupun swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan- tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijaksanaan. Sedangkan makna implementasi menurut Mazmanian dan Sabatier menjelaskan makna implementasi adalah memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan merupakan fokus perhatian implementasi kebijakan, yakni kejadian - kejadian dan kegiatan- kegiatan yang timbul sesudah disahkannya pedoman - pedoman satu kebijakan, yang mencakup baik usaha - usaha untuk mengadministrasikannya maupun untuk menimbulkan akibat - akibat/ dampak nyata pada masyarakat atau kejadian - kejadian. Maka daripada itu implementasi kebijakan dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi setelah suatu program dirumuskan, sehingga dapat menjadi suatu acuan dalam menentukan keputusan (Riezlioko, 2012).

Prosedur Pemberian Kredit Secara Umum

Dalam pemberian kredit, pihak perusahaan pasti akan melakukan langkah-langkah sesuai dengan prosedurnya. Sebelum memberikan kredit, lembaga keuangan harus merasa yakin bahwa kredit yang diberikan benar- benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian kredit sebelum kredit tersebut disalurkan. Penilaian kredit dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang calon debitornya, seperti melalui prosedur penilaian yang benar. Dalam melakukan penilaian kriteria- kriteria serta aspek penilaiannya tetap sama yaitu dengan menggunakan analisis 5C dan 7P (Kasmir, 2012: 95)

Tujuan dan Fungsi Kredit

Tujuan kredit mencakup jangkauan yang luas. Fungsi pokok yang saling berkaitan dari kredit adalah sebagai berikut :

1. Profitability bertujuan untuk memperoleh hasil dari kredit berupa keuntungan yang diteguk dari pemungutan bunga.
2. Safety adalah keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar – benar terjamin sehingga profitability dapat benar – benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

Sedangkan fungsi kredit adalah menyalurkan dana – dana yang dibutuhkan oleh masyarakat. Fungsi kredit dalam kehidupan perekonomian diantaranya agar dapat meningkatkan daya guna dari modal, daya guna suatu barang, sebagai stabilitas ekonomi, dan sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional (Kasmir, 2012:88)

Kredit Konsumtif

Kredit konsumtif adalah kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang tujuannya untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha tertentu (Kasmir, 2012:91)

Kredit Bermasalah

Kredit yang bermasalah adalah kredit yang tingkat kolektabilitasnya kurang lancar, diragukan, dan macet. Kredit ini disebut bermasalah karena terdapat keraguan dalam hal pengembalian kreditnya. Pengertian tunggakan kredit sendiri yaitu kredit yang digolongkan pembayarannya tidak lancar dilakukan oleh debitur yang bersangkutan (Hasibuan,2007;115)

Lembaga Pembiayaan

Perusahaan pembiayaan/ finance merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat. Secara konvensional dana yang diperlukan untuk menunjang pembangunan disediakan oleh lembaga perbankan. Dalam rangka pembangunan dibidang ekonomi diperlukan tersedianya dana, yang salah satunya adalah dalam bentuk kredit yang diberikan oleh lembaga perbankan. Dalam

perkembangannya dewasa ini keberadaan lembaga perbankan tidak mencukupi kebutuhan akan dana tersebut. Oleh karena itu diperlukan adanya alternatif pembiayaan lainnya selain bank lainnya dimaksud dibutuhkan mengingat akses untuk mendapatkan dana dari bank sangat terbatas.

Melalui lembaga pembiayaan dimaksud para pelaku bisnis bisa mendapatkan dana atau modal yang dibutuhkan. Keberadaan lembaga pembiayaan ini sangat penting, karena fungsinya hampir mirip sama dengan bank. Dalam prakteknya sekarang ini lembaga pembiayaan banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis ketika membutuhkan dana atau barang modal untuk kepentingan perusahaan.

Pembiayaan Konsumen

Perusahaan pembiayaan konsumen adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala oleh konsumen. Target pasar dari mode pembiayaan ini konsumen ini sudah jelas adalah konsumen, suatu istilah yang dipakai sebagai lawan dari kata produsen.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian memberikan panduan berpikir dalam penelitian, sehingga penelitian berjalan efektif dan sistematis. Metode penelitian digunakan untuk memandu peneliti tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2007) menjelaskan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Moleong (2009) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang berusaha memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian secara holistik dan deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dengan menggunakan pendekatan yang sesuai dengan penelitian ini adalah pendekatan *content analysis*. Analisis isi (*content analysis*) secara sederhana diartikan sebagai metode untuk mengumpulkan dan menganalisis muatan dari sebuah "teks". Teks dapat berupa kata-kata, makna gambar, simbol, gagasan, tema dan bermacam bentuk pesan yang dapat dikomunikasikan. Analisis Isi berusaha memahami data bukan sebagai kumpulan peristiwa fisik, tetapi sebagai gejala simbolik untuk mengungkap makna yang terkadang dalam sebuah teks, dan memperoleh pemahaman terhadap pesan yang direpresentasikan (Bell, 2001:13) untuk mengetahui bagaimana pemahaman masyarakat terhadap implementasi undang-undang nomor 23 tahun 2011.

Selanjutnya hal terpenting dalam suatu penelitian adalah keberadaan data dan ketersediaan sumber data, karena data atau informasi ini nantinya dapat dipergunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Sumber data yang paling penting dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sedangkan yang lainnya merupakan data tambahan seperti dokumen. Jenis dan sumber data disini menunjukkan darimana data dalam penelitian ini diperoleh. Selanjutnya, data-data yang terdapat di lapangan atau tempat penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik tertentu.

Tahap terakhir setelah informasi diperoleh adalah informasi-informasi tersebut di uji atas keabsahan dan kereliabelannya. Data-data yang telah didapatkan dalam penelitian tentunya memerlukan pengujian agar data yang didapat tersebut reliable (handal), kredibel dan teruji validitasnya. Hal ini diperlukan karena data yang tidak reliable dan kredible akan menyebabkan hasil yang diperoleh menjadi bias. Dalam penelitian ini data diuji kredibilitasnya dengan menggunakan triangulasi data, atau pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. (Sugiyono, 2007) menjelaskan terdapat 3 macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber merupakan cara untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik berbeda, sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada waktu dan kondisi yang berbeda. Dari beberapa macam triangulasi yang ada, maka peneliti memutuskan untuk melakukan triangulasi sumber yaitu menggunakan beberapa sumber informasi guna menyesuaikan dan

memperkuat data, baik dalam metode pengumpulan data yang berbeda (wawancara dan observasi) maupun menggunakan informan pendukung.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan mengungkap tentang implikasi prinsip pembiayaan kredit konsumtif kendaraan bermotor pada lembaga keuangan non bank yang ditinjau dari peraturan menteri keuangan NOMOR 30/PMK.010/2010 tentang penerapan prinsip mengenal nasabah bagi lembaga keuangan non bank dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 43 /PMK.010/2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan dan bagaimana proses pemberian kredit yang dilakukan oleh PT BFI Finance cabang kota Malang. Penulis akan memaparkan informasi-informasi yang diperoleh dari para informan.

Berdasarkan pada pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif di mana data yang diperoleh sangat bergantung pada informasi yang diberikan oleh para informan. Oleh karena itu informan yang dipilih untuk proses pengambilan data penelitian ini informan kunci dari pihak finance yaitu beberapa marketing perusahaan dan credit analyst (CA) di mana informan menjalankan kegiatan dalam pemberian dan memeriksa kelayakan kredit serta memiliki pengetahuan yang cukup mengenai peraturan menteri keuangan NOMOR 30/PMK.010/2010 tentang penerapan prinsip mengenal nasabah bagi lembaga keuangan non bank dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 43 /PMK.010/2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor dan pada perusahaan pembiayaan.

Proses Pemberian Kredit Konsumtif di PT. BFI Finance

PT. BFI Finance merupakan perusahaan non bank yang bergerak dibidang pembiayaan kendaraan bermotor. Perusahaan tersebut menjadi salah satu alternatif masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka di pengadaan kendaraan bermotor, dimana BFI Finance nanti akan membantu calon debitur untuk memiliki kendaraan bermotor dengan cara kredit. Jadi peran dari perusahaan ini adalah pengadaan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran oleh konsumen. Kebutuhan yang mendesak akan dana tunai dan kemudahan syarat yang diberikan oleh perusahaan pembiayaan membuat konsumen pada akhirnya lebih memilih perusahaan pembiayaan dibandingkan bank dan lembaga keuangan lainnya.

Dalam pengajuan kredit calon konsumen, perusahaan melakukan survey yang merupakan tugas dari Credit Marketing Officer (CMO). Namun sebelum itu, tugas awal CMO adalah mencari aplikasi yang dinilai dari kuantitas dan kualitas aplikasi. Dengan demikian CMO lah yang bertanggung jawab penuh terhadap aplikasi yang masuk. Untuk menilai nasabah, pihak marketing wajib untuk menerapkan metode pra survey dan survey. Kegiatan pra survey yang dilakukan untuk menindak lanjuti aplikasi konsumen meliputi :

1. Cek kelengkapan data konsumen setelah marketing memperoleh data aplikasi dari daeler, hal pertama yang dilakukan adalah memeriksa kelengkapan data konsumen.
2. Cek *blacklist* oleh Sekretariat dan *Marketing Support*
Setelah marketing memeriksa dan melengkapi data konsumen, cek *blacklist* terhadap data konsumen juga dilakukan oleh sekretariat dan marketing support pada masing- masing cabang. Cek *blacklist* dilakukan untuk memastikan bahwa konsumen yang diajukan tidak memiliki reputasi kredit yang buruk, seperti pernah mengalami kredit macet atau telat dalam mengangsur.
3. Menggali informasi via telepon dan negosiasi jika perlu, termasuk konfirmasi perhitungan kredit ke konsumen.

Dalam kegiatan usaha lembaga pembiayaan memiliki pengertian kegiatan pengumpulan data atau informasi mengenai calon nasabah sebagai syarat untuk mengetahui kelayakan atas pemohon kredit.

Fungsi utama dari survey adalah untuk mengurangi resiko pembiayaan yang dapat merugikan perusahaan yang meliputi :

1. Kebenaran informasi yang diberikan oleh konsumen yang meliputi bukti identitas, domisili, penghasilan, dan bukti keuangan.

2. Memastikan data pendukung lengkap mengenai latar belakang kredit : jenis barang, jangka waktu, uang muka, jenis pengajuan (perusahaan/ perorangan), rincian pembayaran, cara pembayaran, asuransi, nama yang akan dicantumkan di dalam BPKB
3. Memastikan kebenaran kepemilikan dari konsumen apakah itu rumah, kendaraan, tanah, dll.
4. Memastikan karakter dari nasabah : sifat/ sikap, gaya bicara, latar belakang keluarga tidak akan mengganggu kelancaran pembayaran asuransi di kemudian hari.

Setelah marketing mendapatkan data- data yang dibutuhkan dalam pemberian kredit, tahap selanjutnya adalah untuk menganalisa data tersebut. Dalam menganalisa data- data konsumen akan dilakukan oleh bagian Credit Analyst (CA) dan sekretariat perusahaan. Setelah melalui pihak CA dan dokumen tersebut dinyatakan layak, selanjutnya akan diperiksa oleh pihak sekretariat perusahaan yang bertugas untuk :

- a) Mengecek kelengkapan dokumen pengajuan kredit
- b) Melakukan registrasi aplikasi
- c) Mengecek blacklist konsumen berdasarkan data konsumen
- d) Memberikan stempel bukti telah dilakukan pengecekan blacklist.

Setelah semua proses tersebut dilakukan dan dirasa layak, kemudian permohonan kredit tersebut akan diserahkan kepada pihak komite kredit yang berwenang untuk memutuskan kredit tersebut dapat diterima atau tidak. Apabila permohonan kredit tersebut dapat terealisasi, maka tahap selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan perjanjian antara pihak perusahaan dan konsumen tersebut.

Implementasi Prinsip Pembiayaan Kredit Konsumtif, pada Perusahaan PT. BFI Finance Indonesia TBK, cabang Kota Malang

di dalam Undang-Undang No. 30/PMK.010/ 2010 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah Bagi Lembaga Keuangan Non Bank dibentuk dalam rangka membenahi Peraturan Menteri Keuangan Nomor 74/PMK.012/2006 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah Bagi Lembaga Keuangan Non Bank bahwa dengan semakin kompleksnya produk, aktivitas, dan teknologi informasi di lingkungan industri perasuransian dan lembaga pembiayaan, maka risiko pemanfaatan asuransi, dan lembaga pembiayaan digunakan sebagai sarana pencucian uang yang dapat berdampak buruk bagi perusahaan pembiayaan. Oleh karena itu Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) diwajibkan untuk membentuk unit kerja khusus atau menugaskan anggota direksi atau pengurus atau pejabat setingkat di bawah direksi atau pengurus, yang bertanggung jawab menangani prinsip mengenal nasabah, menetapkan kebijakan dan prosedur tertulis tentang penerimaan nasabah, identifikasi dan verifikasi nasabah, pemantauan rekening dan transaksi nasabah.

Mengingat penulis hanya membahas tentang perusahaan pembiayaan dan UU No. 30/PMK.010/ 2010 mengatur tentang berbagai macam LKNB, maka penulis hanya mengambil pasal- pasal yang berhubungan dengan perusahaan pembiayaan. Pada subbab ini akan dijelaskan bagaimana pihak perusahaan menjalankan undang- undang tersebut dan bagi calon nasabah itu sendiri.

Pasal – pasal yang berhubungan dengan perusahaan pembiayaan :

1. Pasal 2. LKNB wajib menerapkan Prinsip Mengenal Nasabah.
2. Pasal 4 ayat (1). Wajib membentuk unit kerja khusus atau menugaskan anggota direksi atau pengurus yang bertanggung jawab menangani penerapan prinsip mengenal nasabah.
3. Pasal 7 ayat (1). Sebelum melakukan Perikatan dengan Nasabah, LKNB wajib meminta informasi mengenai: (a.) latar belakang dan identitas calon Nasabah, (b). maksud dan tujuan calon Nasabah melakukan Perikatan, (c). profil keuangan calon Nasabah, (d.) informasi lain yang memungkinkan LKNB untuk dapat mengetahui profil calon nasabah termasuk perikatan yang telah dimiliki sebelumnya dengan LKNB yang bersangkutan, (e). identitas penerima kuasa yang bertindak untuk dan atas nama calon nasabah.

UU NOMOR 30/PMK.010/2010 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah Bagi Lembaga Keuangan Non Bank ini dibuat dalam rangka untuk pengenalan nasabah agar tidak digunakan untuk tujuan yang tidak benar. Namun pihak marketing perusahaan mayoritas tidak mengetahui adanya undang-undang ini. Mereka hanya melakukan kegiatan kerjanya sesuai dengan prosedur yang perusahaan berikan

Strategi PT. BFI Finance Indonesia TBK, cabang Kota Malang dalam Menyelesaikan Kredit Bermasalah

Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya mengharapkan agar kegiatan usahanya berjalan lancar dan mendapatkan keuntungan yang besar. Demikian pula dengan perusahaan pembiayaan mengharapkan kegiatan usahanya dapat berjalan lancar dan menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan pembiayaan yang menyalurkan kredit kepada masyarakat untuk mencegah terjadinya kredit bermasalah, perusahaan pembiayaan menerapkan asas kehati-hatian seperti halnya bank, namun penerapannya tidak seketat bank.

Sebelum menyetujui pemberian kredit kepada konsumen, perusahaan melakukan survey terhadap kelayakan konsumen dan barang jaminan, kebenaran alamat konsumen serta menaksir nilai pinjaman yang diberikan konsumen. Perusahaan berusaha agar jaminan yang diberikan oleh konsumen sesuai dengan nilai pinjaman yang akan diberikan kepada konsumen sehingga bila nanti terjadi kredit bermasalah maka perusahaan dapat meminimalisir kerugian yang terjadi. Meskipun perusahaan pembiayaan telah berusaha untuk mencegah terjadinya kredit bermasalah, kredit bermasalah tetap saja dapat terjadi. Pada umumnya kredit bermasalah yang dihadapi oleh perusahaan seperti konsumen terlambat membayar angsuran kredit, konsumen menunggak pembayaran angsuran kredit serta terjadinya kredit macet dimana konsumen tidak mampu melunasi kreditnya.

Pada umumnya perusahaan pembiayaan menerapkan cara yang sama untuk menyelesaikan kredit bermasalah apabila hal itu terjadi. Ada dua cara yang ditempuh oleh perusahaan BFI dalam menyelesaikan kredit bermasalah yaitu melalui jalur hukum dan non hukum.

Perusahaan Pembiayaan dalam menangani kredit bermasalah selalu berusaha menempuh penyelesaian dengan cara persuasif yaitu mengadakan pendekatan kepada konsumen untuk dapat menyelesaikan tunggakan angsurannya.

Bagi konsumen yang terlambat membayar angsuran kredit, pada umumnya perusahaan akan mengenakan denda kepada konsumen. Besarnya denda berbeda tiap-tiap perusahaan tergantung dari kebijakan yang dibuat oleh masing-masing perusahaan pembiayaan.

Penanganan kredit konsumen yang menunggak angsurannya melewati 30 hari, perusahaan pembiayaan menerapkan dengan cara persuasif. Perusahaan berusaha mengadakan pendekatan kepada konsumen untuk membayar tunggakan angsurannya.

Tahapan penyelesaian kredit bermasalah oleh perusahaan pembiayaan PT BFI Finance Cabang Malang melalui metode non hukum :

- 1) Perusahaan pembiayaan menghubungi konsumen melalui telepon untuk mengingatkan konsumen mengenai tunggakan angsuran yang telah melewati jatuh tempo selama lebih dari 30 (tiga puluh) hari. Selain melalui telepon perusahaan pembiayaan juga mengirimkan surat peringatan kepada konsumen agar segera membayar tunggakan angsuran.
- 2) Apabila cara tersebut tidak mendapat tanggapan dari konsumen, perusahaan akan menempuh cara persuasif lainnya yaitu dengan mendatangi konsumen secara langsung untuk mengupayakan bagaimana pembayaran hutang konsumen itu lebih lanjut. Konsumen juga dingatkan kembali terhadap komitmen yang telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian untuk memenuhi kewajiban kepada perusahaan pembiayaan.
- 3) Konsumen yang tiga kali berturut-turut tidak membayar tunggakan angsurannya, maka perusahaan akan menarik motor/mobil yang menjadi jaminan. Motor/mobil tersebut akan ditahan oleh perusahaan pembiayaan guna sebagai pelunasan terhadap hutang dari konsumen. Konsumen yang mempunyai itikad baik dan bersikap kooperatif masih diberikan kesempatan untuk melunasi hutangnya. Konsumen diberi perpanjangan waktu untuk melunasi hutang kepada perusahaan pembiayaan. Selama penahanan motor/mobil tersebut, perusahaan pembiayaan masih memberi kesempatan kepada untuk melunasi hutangnya atau paling tidak membayar tunggakan angsuran kreditnya.
- 4) Pelaksanaan dan sistem penjualan kendaraan tarikan tersebut ditentukan oleh perusahaan pembiayaan. Pola pelelangan yang biasanya dilaksanakan oleh perusahaan pembiayaan adalah dengan mengundang dealer mobil bekas (minimal 2 dealer) untuk melihat kendaraan tarikan di pool, dengan disertai daftar/ list kendaraan yang ditarik, selanjutnya dealer diberi waktu 1 minggu untuk melihat-lihat kondisi kendaraan. Setelah jangka waktu 1 minggu tersebut perusahaan pembiayaan menentukan lelang.

Jalur hukum ditempuh apabila jalur non hukum tidak dapat dilakukan. Penyelesaian kredit bermasalah di pengadilan tercantum dalam perjanjian yang telah disepakati oleh kedua pihak. Konsumen yang tidak puas akan penyelesaian kredit yang dilakukan oleh perusahaan pembiayaan dapat menggugat perusahaan pembiayaan ke pengadilan jika konsumen merasa dirugikan atas cara yang digunakan oleh perusahaan pembiayaan untuk menyelesaikan kreditnya.

Kasus kredit bermasalah yang sampai ke pengadilan sedikit sekali jumlahnya, hal ini dikarenakan konsumen memandang bahwa secara finansial mereka tidak akan kuat untuk melawan lembaga pembiayaan yang mempunyai tim legal sendiri dan dukungan dana yang kuat. Terlebih lagi mereka telah menandatangani perjanjian pembiayaan dengan adanya jaminan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menghasilkan kesimpulan bahwa implementasi prinsip pembiayaan kredit konsumtif kendaraan bermotor pada lembaga keuangan non bank yang ditinjau dari peraturan menteri keuangan NOMOR 30/PMK.010/2010 tentang penerapan prinsip mengenal nasabah bagi lembaga keuangan non bank dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 43 /PMK.010/2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan dan bagaimana proses pemberian kredit yang dilakukan oleh PT BFI Finance cabang kota Malang, belum tersosialisasikan secara sempurna maksud dan tujuan dari undang- undang tersebut. Karena pihak marketing dan analis kredit selaku pihak dari perusahaan yang terkait dalam penerapan undang- undang tersebut tidak mengetahui isi dan maksud dari undang- undang tersebut. Namun secara tidak langsung mereka dalam mendata dan menganalisis calon nasabah sudah sesuai dengan kebijakan yang diatur di dalam undang- undang. Seperti memberikan uang muka minimal yang telah ditetapkan dan menggali beberapa informasi serta menganalisa data dari calon nasabah yang akan menggunakan kredit dari perusahaan

Realitas sistem pemberian dan syarat- syarat kredit yang ditetapkan oleh PT BFI Finance cabang kota Malang dan tanggapan pihak marketing dan analis kredit perusahaan tentang penerapan peraturan menteri keuangan NOMOR 30/PMK.010/2010 tentang penerapan prinsip mengenal nasabah bagi lembaga keuangan non bank dan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 43 /PMK.010/2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan dan bagaimana proses pemberian kredit yaitu :

1. PT BFI tidak mau mengambil resiko apabila terjadi hal yang tidak diinginkan di kedepan hari maka dari itu sebelum menganalisa kredit dibutuhkan informasi-informasi mengenai nasabah tersebut. Dalam kegiatan usaha lembaga pembiayaan memiliki pengertian kegiatan pengumpulan data atau informasi mengenai calon nasabah sebagai syarat untuk mengetahui kelayakan atas pemohon kredit Dalam mencari informasi nasabah, marketing melaukan dengan 2 cara yaitu metode pra survey dan survey
2. Meskipun pihak-pihak yang terkait dalam pemberian kredit dalam perusahaan kurang memahami isi dan maksud dari undang-undang tersebut, namun di dalam prekteknya mereka telah melakukan sesuai dengan undang- undang. Seperti untuk pengenalan calon nasabah wajib untuk mengetahui informasi calon nasabah tersebut yang ditinjau dari identitas, tempat tinggal, pekerjaan, dll. Untuk pemberian uang muka kredit melakukan proses pemberian uang muka miniml sebesar 25%, yang mana telah sesuai dengan peraturan undang-undang. Namun untuk lebih menarik konsumen, PT BFI dapat memberikan bantuan dengan sistem yang disebut up prizing. Up prizing adalah strategi yang ditempuh dengan cara menaikkan harga kendaraan, yang selisihnya digunakan untuk membayarkan total uang muka yang wajib dibayarkan oleh pemohon.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka saran yang didapat penulis yaitu sebagai berikut :

1. Pemahaman Undang – undang
 - a. Perlu adanya pelatihan bagi pihak marketing daam pemahaman undang-undang, agar para *marketing* ataupun pihak *finance* mengetahui peraturan yang telah dikeluarkan pemerintah dalam proses pembiayaan. Hal ini juga berguna, jika ada konsumen atau calon kreditor yang bertanya tentang proses awal pemberian kredit, marketing dapat menjawab sesuai dengan peraturan pemerintah.
 - b. Perlu adanya pemberian buku saku tentang undang-undang dalam pemberian kredit serta proses pemberian kredit perusahaan yang sesuai dengan undang-undang pemerintah. Hal ini berguna juga untuk marketing dalam proses pemberian pembiayaan kredit kepada konsumen.
2. Dalam mengatasi kredit bermasalah, peneliti menyarankan bahwa masalah kredit bisa diselesaikan dengan cara non hukum. Seperti penjanjian antara pihak debitor dengan pihak bank dengan cara melakukan perjanjian untuk telat membayar, atau bisa dengan cara membayar 2 bulan sekali. Dengan cara tersebut pihak debitor ataupun finance bisa menghemat biaya daripada menempuh jalur hukum. Karena jika menempuh jalur hukum kedua belah pihak akan mengeluarkan biaya untuk menyewa pengacara atau membayar proses pengadilan serta dapat membuang waktu untuk proses penyelesaiannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga panduan ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI). *Regulasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia*.
<http://www.ifsa.or.id/page/>. Diakses pada tanggal 12 April 2013
- Bell, Philip. 2001. *Content Analysis of Visual Images*. London: Sage Publications.
- Departemen Keuangan Republik Indonesia Badan Pengawas Pasar Modal & Lembaga Keuangan (BAPEPAM- LK) 2012. *Perkembangan Industri Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank Tahun 2012*.
<http://www.bapepam.go.id/>. Diakses Tanggal 16 April 2013
- Firdaus, Rachmat. 2003. *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. Bandung: CV. Alfabeta
- Hasibuan, Malayu. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, edisi keempat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke dua puluh tujuh. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muljono, Teguh Pudjo. 2001. *Manajemen Perkreditan Bagi Bank Komersil*. Yogyakarta : BPFE
- Mulyono. 2011. *Model Proses Implementasi Kebijakan (Teori Van Meter dan Van Horn)*.
<http://mulyono.staff.uns.ac.id>. Diakses Tanggal 2 Mei 2013.
- Mulyono. 2011. *Syarat Implikasi Kebijakan Secara Sempurna (Teori Brian W.Hogwood dan Lewis A.Gunn)*. <http://mulyono.staff.uns.ac>. Diakses Tanggal 16 April 2013.
- Prasetyowati, Titin. 2005 Analisis Kredit Bermasalah (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Nasional Cabang Malang). Malang : Universitas Brawijaya
- Riezlioko. 2012. *Implementasi Kebijakan (Teori Sebatier & Mazmanian)*.
<http://riezlioko.wordpress.com> Diakses Tanggal 2 Mei 2013.
- Singarimbun, Masri. 1989, *Metode Penelitian Survei, edisi kedua*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Hadi. 2012. *Alasan Pemerintah Larang DP Motor Murah*. www.vivanews.com. Diakses pada tanggal 21 April 2013.
- Undang- Undang Nomor 43/PMK.010/2012 Tentang: Uang Muka Pembiayaan Konsumen Untuk Kendaraan Bermotor pada Perusahaan Pembiayaan.
<http://www.ifsa.or.id>. Diakses Tanggal 11 April 2013
- Undang- Undang Nomor 30/PMK.010/2010 Tentang: Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah Bagi Lembaga Keuangan Non Bank.
<http://www.ifsa.or>. Diakses Tanggal 11 April 2013
- Wilkinson, 2009. *Hasil Kajian Kredit Konsumsi Mikro, Kecil dan Menengah Untuk Kegiatan Produktif*.
www.bi.go.id. Diakses Tanggal 12 Mei 2013
- Yunita, Helda Eka. 2011 Analisis Pemberian dan Pengawasan Kredit Konsumtif dalam Usaha Mengatasi Tunggakan Kredit (studi kasus pada Koperasi Serba Usaha “Sri Rejeki Indah” Malang). Malang : Universitas Brawijaya