

Analisa peluang investasi dalam industri pembiayaan konsumen di Indonesia: studi kasus di perusahaan pembiayaan kredit kendaraan bermotor

Muhammad Syamsudin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20470907&lokasi=lokal>

Abstrak

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sejak peluncuran paket Juni 1993 dan Mei 1995 mengenai deregulasi otomotif, harga otomotif yang semula diharapkan turun ternyata tidak terjadi seperti yang diharapkan. Memang setelah paket Mei 1995 terjadi penurunan harga pada banyak merk mobil, akan tetapi penurunan yang terjadi tidak begitu berarti.

Pasar industri kendaraan bermotor, khususnya mobil di Indonesia termasuk suatu fenomena yang unik. Situasi perekonomian bukan merupakan satu-satunya faktor yang mendasar yang menentukan pola pembelian mobil. Banyak faktor yang turut mempengaruhi. Sering terjadi permintaan mobil meningkat di kala trend perekonomian menurun. Pasaran industri otomotif tampaknya akan semakin semarak dengan keluarnya Inpres No. 02/1 996 tanggal 19 Pebruari 1996 yang antara lain melahirkan hak pembuatan mobil nasional kepada PT Timor Putra Nasional. Pembuatan mobil nasional ini diperkirakan akan menurunkan harga mobil, terutama untuk sedan kelas 1600 cc (dimana sedan Timor berada). Dengan adanya penurunan harga ini maka dapat diproyeksikan bahwa permintaan akan mobil, terutama untuk jenis sedan akan meningkat pada masa-masa mendatang. Dengan kondisi ini, maka peluang dalam bisnis otomotif tetap menjanjikan tingkat keuntungan yang baik. Untuk lebih meningkatkan keuntungan, pengusaha otomotif di Indonesia umumnya menguasai usaha dari hulu (pabrik komponen dan perakitannya), hingga kegiatan distribusinya.

Tingginya permintaan akan kendaraan bermotor diatas, mendorong salah satu perusahaan karoseri di Jawa Tengah, yaitu PT Mekar Armada Jaya, untuk mendirikan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan kredit kendaraan bermotor (KKB). Selain alasan tersebut, maka rencana pendirian ini merupakan kelanjutan dan kegiatan Divisi Kredit perusahaan yang selama ini dalam skala kecil telah melayani pembelian kendaraan dengan kredit dari dealer-dealer perusahaan di daerah Magelang dan sekitarnya, yang mana kegiatan tersebut menunjukkan peningkatan.

Lonjakan kegiatan dari Divisi Kredit tersebut, mendorong perusahaan untuk mendirikan secara terpisah suatu perusahaan pembiayaan konsumen dengan badan hukum sendiri, yaitu PT Armada Finance. Mengingat cukup tingginya investasi yang diperlukan, maka PT Armada Finance mengadakan kerjasama pembiayaan dengan bank untuk mendanai sebagian kebutuhan dananya. Prinsip kerjasama yang akan dijalankan oleh PT Armada Finance dan bank adalah dengan joint financing, dimana total pembiayaan kendaraan setelah dikurangi dengan pembayaran uang muka konsumen akan dibagi dalam prosentase tertentu antara PT Armada Finance dan bank. Bank utama yang direncanakan untuk kerjasama tersebut adalah salah satu bank pemerintah.

Selain permasalahan pendanaan proyek, maka hal lain yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah ketatnya peraturan pemerintah dalam mengawasi kegiatan industri pembiayaan. Hal ini dikarenakan industri pembiayaan ikut mempengaruhi stabilitas moneter. Pada tahun 1995 telah keluar kebijakan yang antara lain menghentikan izin baru bagi perusahaan yang akan bergerak dilembaga pembiayaan. Ketentuan lain yang penting adalah mengenai permodalan, dimana jumlah modal yang disetor atau simpanan pokok dan simpanan wajib Perusahaan Pembiayaan adalah sebesar

a. Perusahaan Swasta Nasional sekurang-kurangnya sebesar Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah);

b. Perusahaan patungan sekurang-kurangnya sebesar Rp 25.000.000.000 (dua puluh lima milyar rupiah);

c. Koperasi sekurang-kurangnya Rp 5.000.000.000 (lima milyar rupiah);

yang harus dipenuhi dalam waktu 3 tahun sejak berlakunya putusan tersebut atau sejak mendapatkan izin.

PT Armada Finance memperoleh izin usaha pada akhir tahun 1994. Dengan modal disetor awal sebesar Rp 2.000,0 juta, maka perusahaan merencanakan pada tahun I operasionalnya dapat merealisasi sekitar 913 perjanjian kredit, dengan total pembiayaan sebesar Rp 21.500,0 juta. Dari jumlah ini sebesar 20,0% atau Rp 4.300,0 juta akan dibiayai dengan uang muka dan konsumen, 70,0% atau Rp 15.050,0 juta akan dibiayai dari kredit modal kerja bank, dan sisanya sebesar 10,0% atau Rp 2.150,0 juta dibiayai dari modal sendiri perusahaan.

Dari proyeksi keuangan, maka terlihat bahwa pada tahun I operasional perusahaan bisa mendapatkan laba sebelum pajak sebesar Rp 102,6 juta, tahun II sebesar Rp 1.274,3 juta, tahun III sebesar Rp 2.077,4 juta, tahun IV sebesar Rp 2.409,5 juta

dan tahun V sebesar Rp 2.565,2 juta. Dari internal fund generated tersebut dan ditambah dengan setoran modal yang dilakukan oleh perusahaan, maka pada akhir tahun ketiga operasional perusahaan sudah bisa mengakumulasikan modal sejumlah Rp 10.403,6 juta. Dari analisa keuangan dan didukung oleh analisa SWOT, maka diperkirakan perusahaan akan mampu masuk dalam posisi 20 besar perusahaan pembiayaan swasta nasional di Indonesia yang membiayai KKB.

Lingkungan yang sangat besar pengaruhnya terhadap industri pembiayaan yang dimasuki perusahaan adalah lingkungan remote dan operasional. Dukungan penuh dari group perusahaan yang sudah lama bergerak dalam bidang industri karoseni, diharapkan akan dapat membantu kelancaran operasional perusahaan, baik dalam mengantisipasi persaingan maupun kebijakan pemerintah yang begitu ketat mengatur industri ini.

Selain analisa keuangan diatas, maka hasil analisa lingkungan usaha dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, menunjukkan bahwa rencana investasi proyek ini layak untuk dibiayai. Pendirian perusahaan ini juga mempunyai dampak sosial yaitu berupa penciptaan lapangan kerja dan memberikan tambahan pendapatan bagi negara berupa pajak.

Untuk pengembangan perusahaan, maka hendaknya pengurus perusahaan mengkonsentrasikan secara penuh dalam pengelolaan bisnisnya tanpa harus menjalankan perusahaan-perusahaan lain dan group perusahaan. Hal ini untuk membangun suatu company image yang kuat. Mengingat usaha KKB merupakan usaha jasa, maka hendaknya perusahaan menanamkan suatu service excellent dalam diri setiap pegawai perusahaan. Selain itu kegiatan pemasaran sangat perlu digalakkan. Untuk tahap pertama, mungkin perusahaan harus banyak melakukan pendekatan langsung kepada sebanyak mungkin dealer kendaraan bermotor.

Dalam pengembangan perusahaan, maka strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah strategi integrasi. Untuk itu maka akumulasi dana yang dihasilkan sebaiknya digunakan untuk memperbanyak dealer perusahaan. Dalam rangka bersaing, maka strategi yang bisa digunakan adalah strategi cost leadership.

Strategi ini ditempuh dengan mencari sumber dana yang semurahmurahnya, sehingga perusahaan bisa mengambil spread yang tinggi dari konsumen atau membebankan tingkat bunga yang lebih rendah dari saingan. Untuk itu perlu dijaga hubungan baik dengan kreditur dalam rangka mendapatkan credit line.

