

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG

Industri pembiayaan di Indonesia mulai tumbuh dan berkembang lagi dalam beberapa tahun belakangan ini, setelah sebelumnya terpuruk akibat krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1999. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah kredit yang diberikan setiap tahunnya. Peningkatan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain tingkat suku bunga yang terus menurun, menguatnya perekonomian Indonesia yang dilihat dari peningkatan daya beli masyarakat, dan juga strategi yang ditetapkan oleh perusahaan pembiayaan terutama dalam hal uang muka yang rendah.

Faktor tingkat suku bunga yang cenderung menurun memiliki dampak yang luas terhadap segala bidang, termasuk jenis usaha pembiayaan. Tingkat suku bunga yang rendah mendorong masyarakat untuk melakukan investasi yang dapat menghasilkan *return* yang lebih besar daripada langkah konservatif yaitu menabung maupun deposito. Tingkat suku bunga SBI yang menjadi tolak ukur *return* saat ini (Mei 2008) sebesar 8,25% termasuk rendah, dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang mencapai 14%. Hal ini memacu bank untuk mengucurkan kredit kepada perusahaan maupun pengusaha dalam mengembangkan usaha mereka, begitu pula dengan pengusaha yang lebih berani lagi mengambil kredit untuk berinvestasi karena suku bunga yang relatif rendah, yang secara langsung berpengaruh pula pada tingkat

pertumbuhan perekonomian Indonesia karena banyaknya kegiatan investasi, banyak tenaga kerja yang terserap, yang pada akhirnya meningkatkan daya beli masyarakat.

Kebijakan uang muka yang rendah yang ditetapkan oleh suatu perusahaan pembiayaan dan produsen dalam menetapkan besarnya uang muka menjadi suatu daya tarik bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Produk properti misalnya: rumah, kios, apartemen, kendaraan bermotor, dan bahkan produk-produk elektronik sudah menerapkan uang muka yang rendah untuk penjualan secara kredit. Hal ini perlu dilakukan oleh produsen, distributor, pengembang property, maupun perusahaan pembiayaan sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan di tengah situasi yang sulit akibat daya beli masyarakat yang melemah karena tingginya harga BBM saat ini. Sebab dengan adanya uang muka yang rendah, konsumen tidak perlu membayar uang muka yang besar sehingga jumlah penjualan produk pun dapat ditingkatkan. Ditambah lagi dengan melihat kondisi Indonesia pada saat ini dimana harga barang yang terus meningkat akibat melambungnya harga minyak, sehingga melemahkan daya beli masyarakat pada umumnya. Dengan adanya uang muka yang rendah tentu akan meringankan beban konsumen yang ingin membeli barang dengan cara kredit, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan penjualan produk.

Sebagaimana diketahui, perusahaan pembiayaan bukan merupakan lembaga intermediari yang dapat menghimpun dana dari masyarakat secara langsung, sehingga perusahaan pembiayaan mendapatkan dana sebagai sumber pembiayaannya dari pinjaman bank dan lembaga keuangan, maupun dari penerbitan surat berharga seperti obligasi. Dalam hal pendanaan yang disalurkan kepada konsumen, perusahaan pembiayaan memiliki dua kemungkinan resiko yang timbul dari penyaluran kredit

kepada konsumen. Kemungkinan resiko yang paling sering terjadi pada sistem pembelian secara kredit, adalah pelunasan hutang lebih awal (*prepayment*) atau konsumen gagal bayar (*default*).

Kedua hal ini menyebabkan arus kas (*cash flow*) pengembalian pinjaman tidak sesuai perjanjian. Bila terjadi pelunasan lebih awal(*prepayment*) maka perusahaan pembiayaan akan menanggung biaya pinjaman(bunga) sementara kredit yang disalurkan dilunasi sebelum jangka waktu kreditnya berakhir, sehingga ada dana yang tidak terpakai(*idle*) dimana bunga pinjaman kepada pihak lainnya terus berjalan sehingga tidak berdampak baik juga terhadap perusahaan pembiayaan. Hal kedua yang juga tidak berdampak baik kepada perusahaan pembiayaan adalah adanya gagal bayar(*default*), hal yang ini merupakan hal yang paling merugikan bagi perusahaan pembiayaan karena selain tidak dapat membayar pinjaman yang berakibat perusahaan pembiayaan tidak mendapat keuntungan yang seharusnya, produk yang dibeli pun umumnya akan turun harga jual kembali karena sudah menjadi barang bekas, dan seringkali kondisi produknya sudah rusak yang semakin menambah kerugian perusahaan pembiayaan. Kedua hal ini yaitu *default* dan *prepayment* merupakan hal yang pasti terjadi pada setiap perusahaan pembiayaan, yang perlu dilakukan adalah mengelola kedua hal ini pada tingkat dimana perusahaan masih dalam kondisi untung. Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana menganalisa *default* dan *prepayment* di dalam konteks mengenalinya sebagai resiko kompetisi, dengan begitu perusahaan pembiayaan dapat menerapkan kebijakan yang tepat untuk usahanya di kemudian hari.

Untuk itu penulis memakai pendekatan model *cox proportional hazard model* yang dapat menjelaskan pengaruh faktor independent dalam suatu kejadian, dengan

begitu akan didapat analisa yang lebih dalam mengenai faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap baik atau tidaknya kredit yang diberikan kepada konsumen, sehingga penganalisaan *default* dan *prepayment* dalam perusahaan pembiayaan dapat dilakukan dengan baik.

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Ada beberapa teori yang pernah membahas tentang *survival analysis* atau *Proportional hazard model* yaitu diantaranya adalah *Kaplan-meier* dan *Cox*. Pada mulanya permodelan dari teori ini digunakan pada cabang ilmu kedokteran, dimana mereka menganalisa kematian atau harapan hidup seseorang. Tetapi pada perkembangannya akhir-akhir ini, pendekatan ini juga digunakan pada cabang ilmu yang lainnya termasuk juga ilmu ekonomi. Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, dengan menggunakan perusahaan pembiayaan xxx yang memberikan kredit kepemilikan kendaraan bermotor(sepeda motor) terhadap konsumen, adapun data yang dianalisa adalah sebesar 2000 konsumen, dengan parameter yang diambil antara lain besarnya uang muka(down payment), tingkat suku bunga, penghasilan konsumen, wilayah, status pernikahan, jenis kelamin, jangka waktu kredit, usia, dan harga produk maka dapat kita buat beberapa perumusan sebagai berikut :

- Berapa tingkat *survival* dan *hazard* dari kredit yang diberikan ke konsumen?
- Variabel yang paling signifikan menyebabkan terjadinya *hazard* dalam perusahaan pembiayaan?

- Seberapa besar tingkat *survival* dari masing-masing kelompok di dalam variabel masing-masing dari kredit yang diberikan perusahaan pembiayaan?
- Seberapa besar *hazard* dari masing-masing kelompok di dalam masing-masing variabel yang ditanggung perusahaan pembiayaan akibat pemberian kredit kepada konsumen?
- Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap macet atau tidaknya pemberian kredit kepada konsumen?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk melihat variabel apa saja yang berpengaruh terhadap *Survival* dari kredit yang diberikan perusahaan
- b. Untuk menganalisa variabel yang paling berpengaruh terhadap *Survival* variabel-variabel yang ada
- c. Untuk menilai hazard dari masing-masing variabel
- d. Untuk membandingkan kebijakan penilaian kredit yang dilakukan perusahaan dengan hasil pengujian yang dilakukan
- e. Membentuk permodelan yang tepat untuk menghitung tingkat *survival*, dengan menggunakan model *cox proportional hazard model*.

## 1.4 METODOLOGI

Harus diketahui terlebih dahulu bahwa *competing risk framework* terbagi menjadi 2 yaitu *prepayment risk* dan *default risk*. Fungsi ini menjelaskan bahwa *prepayment risk* mengestimasi probabilitas hutang dibayar dimuka dalam periode kapan pun, begitu juga dengan *default risk* yang mengkondisikan probabilitas untuk gagal bayar pada masing-masing periode. Dalam model ini diasumsikan bahwa pembeli dapat melakukan pembayaran dimuka maupun gagal bayar pada kapan pun juga untuk memaksimalkan *net wealth*. Pada tahap berikutnya akan dilakukan penghitungan dengan menggunakan pendekatan *semiparametric estimation approach* untuk mengestimasi model dari *proportional hazard* sesuai dengan jangka waktu, sehingga dapat diketahui tiap pola dari *default* dan *prepayment rate* yang menjadi resiko perusahaan dalam jangka waktunya. Adapun data yang diambil untuk dianalisa (populasi sample) sebesar 2000 data konsumen yang dibiayai di wilayah Jabodetabek dalam kurun waktu tertentu.

## 1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum yang menjadi dasar dilakukannya penelitian.

Bab ini terdiri dari latar belakang penulisan, tujuan, ruang lingkup permasalahan, hipotesis, dan metode penelitian.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merangkum berbagai teori dari permasalahan yang diteliti, yang akan digunakan sebagai landasan berpikir untuk memecahkan permasalahan. Teori-teori tersebut antara lain mengenai definisi perusahaan pembiayaan, pengertian resiko, dan kerangka dasar statistik permodelan *proportional hazard*.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan populasi dan sample data dan yang dibutuhkan, tahapan metode dan pengolahan data *proportional hazard model*, serta cara pembacaan hasil dari pengolahan model tersebut.

### BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil analisa dari pengujian yang telah dilakukan dengan berbagai metode pengujian seperti yang telah disebutkan dalam bab sebelumnya. Dari analisa

ini diharapkan dapat ditemukan suatu metode yang optimal. Kemudian menganalisa *hazard* dan pengaruhnya terhadap lancar ataupun tidaknya kredit yang diberikan kepada konsumen. Hasil yang didapat berdasarkan pengolahan dari data sample yang diambil dari perusahaan tersebut.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan-simpulan dari pembahasan atas penelitian ini termasuk kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan di masa yang akan datang.

