

**PENDAPATAN KONSUMEN : FAKTOR UTAMA PERMINTAAN
KREDIT SEPEDA MOTOR PADA
PT FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF)
CABANG PURWOKERTO**

Oleh:
Agus Arifin*

Abstract

The aim of this research is to know the effect of costumer income, costumer family consumption, price, interest, advance payment, and time expectancy of credit return toward credit demand of motorcycles sales in FIF Purwokerto. The method research is case study with logistic regression (logit) analysis. The results showed that : (1) Income, consumption, and time expectancy of motorcycle credit have significant effects; (2) Income has the biggest effect to credit demand of motorcycle because Wald score income variable bigger than its score of other variables. The implication of this research is to get credit, new costumers should think more about thier income factor.

Keywords: *credit demand, income, consumption*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak krisis ekonomi 1998, harga-harga barang meningkat secara tajam. Hal ini tidak saja terjadi pada barang-barang primer, tetapi juga sekunder dan tersier. Salah satu barang yang mengalami dampak kenaikan harga ini adalah sepeda motor. Kondisi ini menjadi semakin menarik karena sepeda motor merupakan sarana transportasi yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat, baik untuk kegiatan produksi, konsumsi, terlebih distribusi. Sedemikian urgennya sepeda motor ini menyebabkan permintaan masyarakat terhadap sepeda motor relatif tinggi. Bahkan, Indonesia menduduki peringkat keempat dalam hal kepadatan sepeda motor di Asia setelah Taiwan, Thailand dan Malaysia. Penjualan sepeda motor ini dikuasai oleh sepeda motor merek Honda yang hampir 60% menguasai penjualan sepeda motor pada tahun 2009.

Tabel 1 Penjualan Sepeda Motor Periode Januari-Maret 2009

Merek Sepeda Motor	Penjualan (unit)	Persentase (%)
Honda	1.165.454	50,9
Yamaha	897643	39,2
Suzuki	198.116	8,65
Kawasaki	26.739	1,13
Lainya	2.309	0,12

Sumber : www.aisi.com

*Dosen Fakultas Ekonomi

Permintaan sepeda motor yang tinggi tentu saja juga memicu semakin meningkatnya harga jualnya. Namun demikian, agen penjualan mencoba untuk menyasati dan memanfaatkan keadaan ini dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membelinya, yaitu dengan fasilitas pembelian secara kredit. Harapannya, di samping dapat meningkatkan volume penjualannya, agen penjualan juga akan dapat mengambil keuntungan dari biaya-biaya transaksi (*transaction cost*) yang semakin besar dengan fasilitas nontunai ini.

Fenomena ini dapat diamati pada semakin banyaknya lembaga-lembaga pembiayaan (*leasing*) sepeda motor. *Leasing* berperan sebagai perantara produsen sepeda motor (pabrik) sebagai penyedia barang dengan konsumen sebagai pengguna barang. Biasanya produsen bekerja sama dengan pihak *leasing* tersebut, bahkan ada beberapa produsen yang memang mendirikan *leasing* sendiri agar keuntungan yang diperoleh semakin besar. Keberadaan *leasing* sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembelian sepeda motor secara kredit.

Perkembangan *leasing* saat ini cukup signifikan karena fungsinya yang setingkat bank. Salah satu contohnya adalah *leasing* sepeda motor merk Honda di mana pada tabel 2 ditunjukkan adanya peningkatan penjualan karena semakin efektifnya peran *leasing* ini.

Tabel 2 Penjualan Sepeda Motor Honda, 2005 - 2009

Tahun	Penjualan
2005	2.432.550
2006	2.621.614
2007	2.964.125
2008	3.090.975
2009	3.091.697

Sumber : www.aisi.com

Peran *leasing* yang efektif menyebabkan meningkatnya jumlah nasabah. Para nasabah lebih memilih pembelian kredit melalui *leasing* karena pada dasarnya mereka ingin mendapatkan dan menggunakan sepeda motor dengan cepat dan mudah. Hal ini dapat dipenuhi oleh fasilitas *leasing*. Apalagi fenomena prestis menjadi motivasi utama untuk memiliki sepeda motor sehingga terkadang dalam pengambilan keputusan membeli sepeda motor, masyarakat kurang bersikap rasional, bahkan terkesan memaksakan dan tidak sesuai dengan kemampuan ekonominya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi permintaan kredit sepeda motor dan faktor manakah yang paling besar mempengaruhinya.

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit sepeda motor, yaitu pendapatan konsumen, konsumsi rumah tangga konsumen, harga, suku bunga kredit yang ditetapkan oleh perusahaan *leasing* (PT. FIF), uang muka, dan jangka waktu

pengembalian kredit. Subjek penelitian ini adalah calon konsumen PT. FIF Cabang Purwokerto.

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, konsumsi rumah tangga, harga, suku bunga, uang muka, dan jangka waktu pengembalian kredit terhadap permintaan kredit sepeda motor pada PT. FIF Cabang Purwokerto.
- b. Untuk mengetahui faktor manakah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap permintaan kredit sepeda motor pada PT. FIF Cabang Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan pengalaman serta dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman.
- b. Bagi perusahaan leasing, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan khususnya PT. FIF dalam menentukan kebijakan pemberian kredit sepeda motor.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian dan penulisan karya ilmiah sejenis dan menambah pengetahuan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Hukum Permintaan

Hukum permintaan menyatakan bahwa apabila harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, *ceteris paribus* (hal-hal lain tetap). Yang dimaksud dengan hal-hal lain ialah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta selain harga barang yang bersangkutan. Sebagai misal yang termasuk dalam variabel lain dalam hukum permintaan itu ialah tingkat pendapatan konsumen, selera konsumen, harga barang lain selain barang yang dibicarakan, jumlah penduduk, pengeluaran advertensi, rancang bangun, saluran distribusi, dan sebagainya (Suparmoko, 1998:20).

2. Pendapatan Konsumen

Permintaan konsumen didukung oleh pendapatan konsumen yang sekaligus merupakan kendala (*constrain*) bagi konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Elastisitas pendapatan permintaan dapat didefinisikan sebagai persentase perubahan dalam jumlah barang yang diminta (Q_A) dibagi dengan persentase perubahan dalam pendapatan (Y), *ceteris paribus*.

Dengan mengetahui besarnya koefisien elastisitas pendapatan, kita dapat mengelompokkan barang-barang ke dalam barang mewah,

barang kebutuhan pokok, dan barang inferior. Untuk barang mewah ditemukan bahwa persentase perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan tingkat pendapatan konsumen, sehingga koefisiennya positif dan lebih besar daripada satu. Untuk barang-barang pokok (keperluan sehari-hari), koefisien elastisitas pendapatan adalah positif tetapi lebih kecil daripada satu. Hal ini berarti bahwa peningkatan jumlah barang yang diminta sebagai akibat meningkatnya pendapatan konsumen lebih kecil dan proporsional (inelastis). Untuk barang inferior pergeseran kurva permintaan berlainan arah dengan perubahan pendapatan, artinya bila pendapatan konsumen naik, justru konsumen membeli lebih sedikit barang jenis ini. Jauh tidaknya pergeseran ini tergantung pada besar kecilnya koefisien elastisitas pendapatan-permintaan ini

Implikasi elastisitas pendapatan-permintaan terhadap perusahaan sangat besar. Apabila elastisitas pendapatan terhadap barang yang dihasilkan perusahaan lebih besar dari satu, ini berarti permintaan terhadap barang tersebut akan berkembang lebih cepat daripada peningkatan pendapatan konsumen tetapi juga menunjukkan adanya gejolak yang tinggi dalam fluktuasi permintaan bila terjadi fluktuasi tingkat pendapatan (Suparmoko, 1998:44).

3. Konsumsi

Konsumsi selalu diasumsikan sebagai fungsi dari pendapatan siap pakai (*disposable income*), namun sebenarnya konsumsi merupakan fungsi dari beberapa variabel yang lain (Suparmoko, 1998). Dalam teorinya, Keynes berpendapat bahwa faktor utama yang menentukan konsumsi rumah tangga adalah pendapatan. Namun, dalam prakteknya walaupun seseorang atau suatu keluarga tidak memiliki pendapatan, mereka masih tetap melakukan pembelanjaan konsumsi. Ada beberapa alternatif pembiayaan untuk melakukan konsumsi tersebut, seperti meminjam sanak saudara, menggunakan tabungan masa lalu atau menjual kekayaan.

Menurut hipotesis siklus kehidupan yang dicetuskan oleh Franco Modigliani, didukung oleh Richard E. Brumberg dan Albert Ando, konsumsi masyarakat tergantung pada dua faktor, yaitu *disposable income* dan kekayaan yang dimiliki rumah tangga. Maksudnya adalah bahwa seseorang dalam melakukan pembelanjaan konsumsi dapat dipengaruhi oleh pendapatan dan kekayaan yang dimiliki rumah tangga. Kekayaan ini berasal dari harta anggota keluarga yang lain, misalnya orang tua.

4. Harga

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari suatu produk dan pelayanan (Staton, 1991). Ada beberapa sasaran penetapan harga, yaitu untuk menaikkan tingkat pembayaran produk, meningkatkan permintaan di antara nonpemakai, mempertahankan semua pelanggan baru dengan harga atau dengan mutu. Yang termasuk dalam strategi harga ini adalah potongan harga, waktu pembayaran, syarat pembayaran, dan cadangan (Swastha, 1987).

Mengingat harga sangat berperan dalam mendukung kondisi internal perusahaan sekaligus prestis produk di mata konsumen, maka penetapan harga haruslah mencerminkan permintaan, cara-cara psikologis yang paling efektif, dan konsisten dengan kebijaksanaan harga jual perusahaan. Beberapa langkah yang dapat ditempuh dalam menentukan harga adalah:

- a. Menentukan tujuan perusahaan.
- b. Perusahaan menguji dan mengambil harga-harga pesaing sebagai dasar penetapan harga.

5. Suku Bunga

Pengertian dasar dan suku bunga, yaitu sebagai harga dan penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. Suku bunga sebesar 18% setahun berarti bahwa apabila kita meminjam Rp 100,- sekarang maka setahun lagi kita harus mengembalikan Rp 118,- yang terdiri dari Rp 100,- (pokok) dan Rp 18,- (bunga) kepada kreditur tersebut. Sebaliknya, apabila kita meminjamkan kepada seseorang Rp 100,- dengan bunga 18% setahun, maka kita mengharapkan akan menerima setahun kemudian uang sebanyak Rp 118,-.

Pengertian suku bunga sebagai “harga” ini bisa juga dinyatakan sebagai harga yang harus dibayar apabila terjadi “pertukaran” antara satu rupiah sekarang dan satu rupiah nanti (misalnya setahun lagi). Hutang piutang timbul karena terjadi “pertukaran” semacam ini. Pembeli dari satu rupiah sekarang dan sekaligus juga penjual dari satu rupiah nanti adalah peminjam (debitur), sedangkan penjual dari satu rupiah sekarang yang sekaligus juga pembeli satu rupiah nanti adalah orang yang meminjamkan (kreditur). Debitur harus membayar kepada kreditur harga dari pertukaran tersebut dan harga ini adalah bunga yang dibayar debitur dan yang diterima kreditur (Boediono, 1989:76).

Dalam praktek, jangka waktu hubungan pinjam-meminjam menentukan sekali suku bunga yang dibayar tiap periode. Jadi misalnya, apabila kita menghendaki untuk meminjam dan seorang kreditur sesuatu jumlah tertentu selama 2 bulan maka kita harus membayar bunga sebesar 2 % per bulan. Tetapi apabila kita menghendaki meminjam sejumlah uang yang sama dan kreditur yang sama, untuk jangka waktu 6 bulan, mungkin kita harus membayar 2,5% per bulannya. Adanya perbedaan tingkat bunga (per periode) untuk jangka waktu peminjaman yang berbeda, merupakan hal yang sering kita jumpai dalam praktek.

Pada setiap saat di dalam suatu perekonomian kita bisa mendaftarkan semua tingkat bunga untuk pinjaman dengan berbagai jangka waktu (mulai dan jangka waktu yang paling pendek sampai dengan jangka waktu yang panjang), dan kita akan memperoleh daftar yang disebut “struktur tingkat bunga menurut jangka waktu” atau *term structure of interest rates*.

6. Uang Muka (*Down Payment*)

Uang muka adalah pembayaran pertama atas pembelian barang dengan cara kredit. Uang muka yang harus dibayarkan oleh pelanggan

kepada dealer pada saat pembelian kendaraan. Uang muka digolongkan dalam beberapa jenis, yaitu:

- a. DP Internal
Uang muka yang besarnya di bawah DP Normal (Lebih kecil dari jumlah yang ditentukan perusahaan).
- b. DP Murni
Uang muka angsuran yang dibayarkan konsumen tanpa memasukkan jumlah angsuran, biaya administrasi, premi asuransi, dll.
(DP Murni = Pembayaran I - (Angsuran I + Biaya. Adm + Premi Ass)
- c. DP Normal
Uang muka minimum yang disyaratkan ACC untuk menurunkan resiko kredit. Salah satu cara perhitungan DP Normal adalah = Harga OTR - Resale Value.

7. Jangka Waktu Pengembalian Kredit

Jangka waktu pengembalian kredit adalah jangka waktu antara pemberian kredit dan pelunasannya, di mana jangka waktu tersebut sebelumnya telah ditentukan terlebih dahulu, berdasarkan kesepakatan bersama.

8. Pengertian dan Bentuk-Bentuk *Leasing*

Pengertian *leasing* berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Keuangan, Menteri Perdagangan dan Perindustrian tentang Perijinan Usaha *Leasing* tanggal 7 Februari 1974, sebagaimana telah dikutip oleh Charles Dulles Marpaung tahun 1985 hal 23 dalam bukunya yang berjudul "Pemahaman Mendasar Atas Usaha *Leasing*" adalah sebagai berikut : *Leasing* adalah : "Setiap kegiatan pembelanjaan perusahaan dalam bentuk modal untuk digunakan oleh suatu perusahaan perorangan untuk jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran-pembayaran secara berkala disertai dengan hak pilih (opsi) bagi perusahaan tersebut untuk memperpanjang jangka waktu *leasing* berdasarkan nilai sisa yang disepakati bersama".

Berdasarkan pengertian *leasing* tersebut maka ciri-ciri *leasing* adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat pihak yang menyediakan barang (*lessor*).
- b. Terdapat pihak yang menggunakan barang (*lessee*).
- c. Barang yang *dilease* adalah barang modal.
- d. Terdapat pembayaran *lease* secara berkala selama periode *leasing*.
- e. Pada kontrak *leasing* ditentukan nilai sisa.
- f. Terdapat hubungan antara jangka waktu kontrak *lease* dengan umur ekonomis barang modal yang di *lease*.
- g. Pada saat berakhirnya kontrak *lease*, *lessee* mempunyai hak opsi yaitu hak untuk membeli barang tersebut dan hak untuk memperpanjang masa *lease* atau mengembalikan barang modal tersebut kepada *lessor*.

Pernyataan badan pembuat standar akuntansi keuangan nomor 13 (FASB Statement No. V 13) membagi bentuk-bentuk *leasing* secara

lebih rinci, sebagaimana dikutip oleh Weston and Brigham dalam bukunya “*Managerial Finance*” (Widjaya, 1994:8) yaitu:

a. Bentuk *leasing* ditinjau dari sudut *lessee*:

1) *Capital Lease (Financial Lease)*

Ciri-ciri *capital lease* adalah :

- Jangka waktu *lease* lebih pendek dari umur ekonomis aktiva yang *dilease*.
- Pada saat berakhirnya perjanjian *leasing*, hak milik aktiva yang *dileasekan* berpindah ke pihak *lessee*.
- Periode *leasing* ditentukan oleh kedua belah pihak.
- Membayar cicilan *lease* yang telah disepakati.
- Perjanjian *leasing* tidak dapat dibatalkan oleh *lessee*.
- Biaya asuransi, pemeliharaan, pajak dan lainnya ditanggung oleh *lessee*.
- Hak opsi untuk membeli aktiva biasanya disebutkan secara jelas dalam perjanjian *leasing*.

2) *Operating Lease*

Ciri-ciri *operating lease* adalah :

- Jangka waktu *lease* biasanya lebih pendek dan *capital leases*.
- Pada saat berakhirnya perjanjian *leasing*, aktiva tersebut tetap menjadi milik *lessor* dan tanpa adanya hak opsi untuk membeli, tetapi *lessee* dapat memperpanjang jangka waktu *lease*.
- Periode *leasing* ditentukan oleh *lessor*.
- Perjanjian *leasing* sewaktu-waktu dapat dibatalkan oleh *lessee*.
- Biaya asuransi, pemeliharaan, pajak dan lainnya ditanggung oleh *lessor*.

b. Bentuk *leasing* ditinjau dan sudut *lessor*:

1) *Sales Type Lease*

Sales Type lease timbul karena adanya upaya pabrikan atau dealer yang menggunakan metode *leasing* dalam memasarkan produknya.

2) *Direct Financing Lease*

Direct financing lease merupakan salah satu bentuk *leasing* yang pembiayaannya dibiayai langsung oleh *lessor*. Metode ini juga sering disebut *full pay out leasing*, karena *lessor* membiayai sepenuhnya aktiva yang akan *dileasekan*.

Kedua bentuk *leasing* ini pada dasarnya harus memenuhi persyaratan *capital leases* ditambah persyaratan sebagai berikut:

- Tingkat tertagihnya pembayaran *lease* dapat diperkirakan secara layak.
- Tidak terdapat ketidakpastian yang besar yang dapat mempengaruhi jumlah biaya yang tidak dapat ditagih yang harus dibayar oleh *lessor*.

3) *Leveraged Lease*

Leveraged Lease merupakan bentuk *financial lease* yang pembiayaannya sebagian dibiayai oleh *lessor* dan sebagian yang lain dibiayai oleh kreditur jangka panjang.

4) *Operating Lease*

Operating Lease merupakan lease selain ketiga bentuk *lease* yang telah dijelaskan di atas.

c. Mekanisme *leasing* sebagai sarana pembelanjaan

Suatu transaksi *leasing* biasanya melibatkan tiga pihak, yaitu *lessor*, *lessee*, dan pemasok barang modal. Namun kadang-kadang ada satu pihak lain yaitu kreditur yang ikut membiayai sebagian dari harga barang tersebut. Sebagai lembaga pembiayaan, *lessor* tentu harus menetapkan harga *lease* yang akan ditanggung oleh *lessee*.

Penentuan harga ini ditentukan pada awal kontrak. Menurut Eddy P. Soekadi dalam bukunya “Mekanisme *Leasing*” disebutkan bahwa dalam suatu transaksi perjanjian *leasing* terdapat minimal tiga pihak yang terlibat, yaitu *lessor*, *lessee*, dan *supplier*. Seperti yang telah kita ketahui sebelumnya bahwa *lessor* hanyalah pemilik barang secara hukum sedangkan *lessee* adalah pihak yang memperoleh manfaat secara ekonomis atas sebuah barang modal yang diperjanjikan dalam sebuah kontrak *leasing*.

Ada 9 unsur-unsur penting yang terdapat pada perjanjian *leasing*, unsur-unsur tersebut, antara lain:

1) *Negosiasi*

Calon *lessee* melakukan negosiasi dengan *supplier* mengenai barang yang dibutuhkan. Negosiasi ini meliputi tentang harga, jenis barang beserta seri atau tipenya, masalah garansi, perawatan, penyediaan suku cadang dan lain sebagainya.

2) *Supplier*

Yaitu pabrik penghasil barang, dealer ataupun distributor dari barang yang dibutuhkan oleh *lessee*. Kemudian *supplier* ini meminta agar *lessor* membuat suatu surat pesanan (*purchase order*) yang mana *lessor* ini nantinya adalah sebagai pemilik dari barang tersebut.

3) *Lessee*

Yaitu pihak yang menggunakan barang yang dileasingkan. *Lessee* adalah merupakan pemilik barang secara ekonomis dan ia pula yang bertanggung jawab atas perawatan barangnya, asuransi dan hal-hal yang berkenaan dengan pengoperasian barang tersebut.

4) *Lessor*

Adalah pihak yang memiliki barang yang menjadi objek perjanjian *leasing*.

5) *Kontrak Leasing*

Yaitu kontrak yang dilakukan antara *lessor* dan *lessee* yang merupakan landasan hukum atas perjanjian *leasing* yang telah disepakati bersama.

- 6) Harga Barang
Yaitu merupakan harga final yang telah dinegosiasikan antara *lessee* dan *supplier* dan juga merupakan harga yang dibayar oleh *lessor* kepada *supplier*.
- 7) Hak Pemilikan Barang
Hak ini mulai dilimpahkan kepada *lessor* pada saat pembayaran telah dilakukan.
- 8) Pembayaran Rental
Pembayaran ini dilakukan berdasarkan bulanan, kuartalan ataupun tengah tahunan atas penggunaan barang selama masa perjanjian *leasing*.
- 9) Periode *Leasing*
Merupakan masa berlangsungnya perjanjian *leasing* yang telah disetujui bersama antara *lessor* dan *lessee*.
Pertimbangan yang dilakukan untuk menentukan masa periode *leasing* ini ditentukan berdasarkan hal-hal:
 - 1) Masa manfaat penggunaan barang tersebut sesuai umur rata-rata barang tersebut.
 - 2) Lokasi dimana barang tersebut ditempatkan.
 - 3) Pertimbangan *cashflow* dari pada *lessee*.

d. Nilai Sisa

Di dalam praktek ada beberapa cara untuk melaksanakan kontrak *leasing* antara *lessor* dan *lessee*. *Lessee* bisa melakukan pesanan barang kepada dealer atau distributor atau juga *lessee* memberi data-data mengenai barang kepada *lessor* untuk kemudian *lessor* melakukan pesanan kepada *supplier* yang telah ditunjuk oleh *lessee*.

Dalam membelanjai kreditnya *lessor* dapat memanfaatkan sumber dana murah. Sumber dana tersebut dapat berasal dari dalam maupun dari luar negeri, yang pemilihannya tergantung antara lain pada jenis mata uang dan biaya modal (bunga). Selain itu hal yang harus dipertimbangkan juga adalah *spread* (keuntungan bagi *lessor*).

Perhitungan bunga dapat dilakukan dengan berbagai cara (Anwari, Achmad, 1986:17), yaitu:

- 1) *Fixed Rate*, yaitu penentuan besarnya bunga secara tetap selama jangka waktu *leasing*. Misal, tingkat bunga *lessor* 19% dan *spread* yang diharapkan 4%, sehingga beban bunga yang harus ditanggung oleh *lessee* menjadi 23%. Tarif tersebut berlaku terus selama masa perjanjian *lease* tanpa memperhatikan masa perjanjian *lease*, tanpa memperhatikan fluktuasi tingkat bunga umum yang berlaku di pasar dan sering digunakan bila tingkat bunga di pasar relatif stabil.
- 2) *Floating Rate*, yaitu tarif bunga yang berfluktuasi sesuai dengan perubahan tingkat bunga yang ada di pasar (tingkat bunga umum), namun *spread*nya tetap.

3) *Flat Rate*, yaitu perhitungan tarif bunga secara merata. Hal ini dapat ditentukan suatu tarif bunga yang perhitungannya dikaitkan dengan pokok pinjaman.

Beban bunga yang diperhitungkan biasanya per tahun, sedangkan pembayaran *leasenya* bisa bulanan, triwulanan, semesteran atau tahunan sesuai dengan perjanjian. Untuk mengetahui beban bunga setiap periode pembayaran maka bisa dengan dua cara, yaitu bunga sederhana atau bunga majemuk. Setelah penentuan tarif bunga yang akan dibebankan pada calon *lessee* selesai, kemudian ditentukan pola pembayaran *lease* yang disesuaikan dengan kemampuan *lessee*.

B. Penelitian Terdahulu

Ni Nyoman Aryaningsih dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Suku Bunga, Inflasi Dan Jumlah Penghasilan Terhadap Permintaan Kredit Di PT. BPD Cabang Pembantu Kediri” (2008), mengungkapkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Perhitungan analisis regresi linier berganda secara parsial diperoleh nilai koefisien regresi suku bunga terhadap permintaan kredit sebesar 0,659 (65,9%) ini berarti suku bunga berpengaruh terhadap permintaan kredit sebesar 65,9% sisanya sekitar 34,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Namun dari uji t, diperoleh hitung lebih kecil dari t table, sehingga suku bunga tidak berpengaruh secara parsial terhadap permintaan kredit.
2. Perhitungan analisis regresi linier berganda secara parsial diperoleh nilai koefisien regresi inflasi terhadap permintaan kredit sebesar 0,475 (47,5%). Sisanya sekitar 52,5% permintaan kredit dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil perhitungan dengan uji t variabel inflasi secara partial tidak berpengaruh banyak terhadap permintaan kredit.
3. Perhitungan analisis regresi linier berganda secara parsial diperoleh nilai koefisien pengaruh penghasilan terhadap permintaan kredit sebesar 0,739 (73,9%). Ini berarti penghasilan berpengaruh sebesar 73,9% Sisanya sekitar 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil perhitungan dengan uji t, variabel pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap permintaan kredit.
4. Perhitungan uji statistika regresi linier berganda secara simultan menunjukkan suku bunga, inflasi, dan pendapatan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kredit. Hasil ini ditunjukkan oleh perolehan F hitung 2,443 lebih kecil dari F tabel sebesar 2,82.

III. Kerangka Pemikiran

Permintaan kredit sepeda motor secara umum dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu suku bunga, pendapatan konsumen, dan konsumsi rumah tangga konsumen. Ketiga variabel tersebut adalah variabel bebas yang mempunyai pengaruh langsung terhadap permintaan kredit sepeda

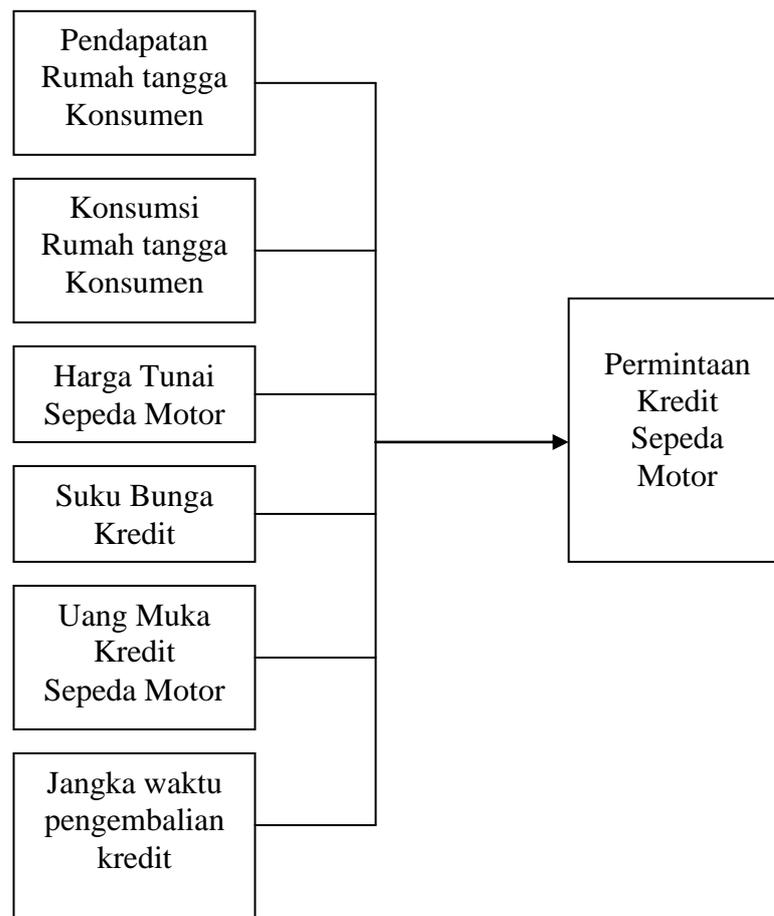
motor sebagai variabel tergantung. Namun, untuk kondisi saat ini mungkin keempat variabel tersebut kurang menjelaskan pengaruhnya terhadap permintaan kredit sepeda motor. Untuk itu sebagai variabel penjelas adalah harga, uang muka, dan jangka waktu pengembalian kredit.

Menurut teori suku bunga dari J.M Keynes yang dinamakan *liquidity preference of interest* menyatakan bahwa suku bunga ditentukan oleh *liquidity preference* dan *money supply*. *Liquidity preference* adalah keinginan memegang atau menahan uang didasarkan pada tiga alasan, yaitu *transaction*, *precautionary*, dan *speculative motive*. Diketahui pula bahwa *liquidity preference (demand of money)* itu tergantung dari pendapatan serta tingkat bunga (Boediono, 1989:82).

Hubungan antara pendapatan konsumen dan kuantitas barang yang diminta dapat positif dan dapat juga negatif, tergantung macam barang yang dihadapi konsumen dan tingkat pendapatan konsumen. Jumlah uang yang beredar bukan satu-satunya faktor yang menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Pendapatan konsumen ditentukan pula oleh faktor-faktor *liquidity preference*, fungsi konsumsi, fungsi investasi dan faktor-faktor yang berhubungan dengan itu. Konsumsi rumah tangga merupakan pengeluaran untuk konsumsi kebutuhan sehari-hari. Besarnya konsumsi rumah tangga menentukan kemampuan seseorang dalam melakukan permintaan untuk barang lain. Konsep konsumsi di sini terlepas dari efek pendapatan, karena yang menentukan besarnya konsumsi bukan hanya pendapatan. Misal status perkawinan, jumlah tanggungan keluarga, kekayaan yang diberikan oleh orang tua dan sebagainya.

Permintaan kredit sepeda motor juga tidak terlepas dari preferensi konsumen dan perilaku konsumen. Bahwa harga, uang muka dan jangka waktu pengembalian kredit juga berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor secara umum.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan adalah:

1. Faktor pendapatan, konsumsi rumah tangga, harga, suku bunga, uang muka, dan jangka waktu pengembalian kredit mempunyai pengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor.
2. Faktor pendapatan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor.

IV. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

A. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus pada perusahaan *leasing* PT. FIF Cabang Purwokerto.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah calon konsumen PT. FIF Cabang Purwokerto.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. FIF Cabang Purwokerto dan dealer resmi sepeda motor Honda di Purwokerto.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini didapat langsung dari responden dengan pengisian kuisisioner yang dibagikan dan wawancara serta observasi langsung kepada para calon konsumen PT. FIF Cabang Purwokerto.

b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Aplikasi pengajuan kredit PT. FIF Cabang Purwokerto, literature, jurnal, majalah dan catatan-catatan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

5. Data yang diperlukan

Data yang dikumpulkan untuk keperluan penelitian, yaitu:

- Pendapatan rumah tangga konsumen per bulan.
- Rata-rata konsumsi rumah tangga konsumen per bulan.
- Harga tunai sepeda motor yang dipilih konsumen.
- Suku bunga kredit sepeda motor yang ditawarkan oleh PT. FIF.
- Uang muka kredit yang dipilih konsumen.
- Jangka waktu pengembalian kredit yang dipilih konsumen.
- Keputusan PT. FIF terhadap pengajuan kredit konsumen.
- Data-data lain yang mendukung penelitian ini.

6. Metode Penentuan Jumlah Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Husein Umar, 200: 145). Dasar penelitian ini, populasinya adalah keseluruhan orang yang melakukan permintaan kredit di PT. FIF Cabang Purwokerto. Namun karena adanya keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu sulitnya memperoleh data dari pihak PT. FIF Cabang Purwokerto mengenai jumlah konsumen yang melakukan permintaan kredit, maka jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti atau dapat dikatakan tidak terbatas.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penetapan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya, sehingga digunakan rumus interval taksiran untuk mengetahui jumlah sampel minimal yang akan diambil atau jumlah sampel representatif, yaitu sebagai berikut (Umar, 2002: 150):

$$n > p.q \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimum

$Z_{\alpha/2}$ = nilai Z tabel ($\alpha = 0.05; \alpha/2 = 0,025$)

e = tingkat kesalahan pengambilan sampel yaitu sebesar 10%

p, q = probabilitas = 0,5

$$n > p.q \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2$$

$$n > 0,5.0,5 \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$n > 96,04$$

Dari perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang hendak diambil harus lebih besar dari 96,04. Untuk meningkatkan ketelitian maka jumlah sampel yang diambil dibulatkan menjadi 100 orang responden.

7. Definisi Operasional

- a. Pendapatan rumah tangga konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata tiap bulan pendapatan konsumen yang mengajukan aplikasi kredit sepeda motor pada PT. FIF Cabang Purwokerto.
- b. Konsumsi rumah tangga konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata pengeluaran konsumen yang digunakan untuk pembelanjaan konsumsi barang-barang kebutuhan sehari-hari.
- c. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan apabila konsumen membeli sepeda motor secara tunai.
- d. Suku bunga kredit yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suku bunga kredit sepeda motor pada PT. FIF Cabang Purwokerto.
- e. Uang muka adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pada awal perjanjian kredit.
- f. Jangka waktu pengembalian kredit adalah jangka waktu antara pemberian kredit dan pelunasannya.
- g. Permintaan kredit sepeda motor yang dimaksud pada penelitian ini adalah seluruh aplikasi pengajuan kredit sepeda motor yang masuk pada PT. FIF Cabang Purwokerto baik yang diterima maupun ditolak.

B. Teknik Analisis Data

1. Mengukur Permintaan Kredit Sepeda Motor

Untuk melakukan pengukuran terhadap permintaan kredit sepeda motor digunakan metode skala nominal. Nilai yang diberikan untuk permintaan kredit sepeda motor yang diterima adalah 1, sedangkan untuk permintaan kredit sepeda motor yang ditolak adalah 0.

2. Model Regresi Logistik

Dalam penelitian ini menggunakan model analisis data *cross sectional* dengan menggunakan metode analisis data, yaitu model logit

(regresi logistik). Regresi logistik digunakan apabila variabel terikatnya adalah variabel *dummy* atau indikator yang diberi kode.

Dalam regresi logistik digunakan Logit Model Teknik *enter* untuk memperoleh Model regresi logistik yang digunakan untuk menguji variabel bebas yaitu (Imam Ghozali, 2006):

$$\text{Log}(P_i/1-P_i) = \beta_0 + \beta_1\Delta\text{PENDAPATAN}_i + \beta_2\Delta\text{KONSUMSI}_i + \beta_3\Delta\text{HARGA}_i +$$

$$\beta_4\Delta\text{SUKUBUNGA}_i + \beta_5\Delta\text{UANGMUKA}_i + \beta_6\Delta\text{JANGKAWAKTU}_i$$

atau

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 + \beta_2 + \dots)}}$$

Keterangan:

ρ = Probabilitas variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien pendapatan konsumen terhadap permintaan kredit

β_2 = Koefisien konsumsi rumah tangga konsumen terhadap permintaan

β_3 = Koefisien harga

β_4 = Koefisien suku bunga terhadap permintaan kredit

β_5 = Koefisien uang muka

β_6 = Koefisien jangka waktu pengembalian kredit

ε = Error

e = Base logaritma natural, sebesar 2,718

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Pada awalnya PT *Federal International Finance* (FIF) didirikan dengan nama PT Mitrapusaka Artha Finance pada bulan Mei 1989. berdasarkan ijin usaha yang diperolehnya, maka Perseroan bergerak dalam bidang Sewa Guna Usaha, anjak Piutang dan pembiayaan konsumen. Pada tahun 1991, Perseroan merubah nama menjadi PT Federal Internasional Finance. Namun, seiring berjalanya waktu dan guna memenuhi permintaan pasar, Perseroan mulai memfokuskan diri pada bidang pembiayaan konsumen secara retail pada tahun 1996. seluruh ketentuan Anggaran Dasar Perseroan telah disesuaikan dengan ketentuan UUPT yang didasarkan oleh keputusan RUPS Luar Biasa Perseroan sebagaimana dimuat dalam Akta No. 89/1997.

Perseroan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh PT Astra Internasional, Tbk ini, tahun demi tahun lebih memantapkan dirinya sebagai perusahaan pembiayaan terbaik dan terpercaya di industrinya, sehingga pada saat penerbitan obligasi pertama tahun 2002 hingga obligasi kelima tahun 2004 mendapatkan tanggapan yang positif dari

para investor. Seiring berjalanya waktu maka PT. FIF mulai mengembangkan sayapnya hingga ke berbagai kota khususnya di pulau Jawa dan Bali.

Tepatnya pada tanggal 1 Agustus 1998 PT Federal Internasional Finance mulai mengepakan sayapnya di Purwokerto dengan membuka kantor cabang yang semula bertempat di Jalan Jenderal Soedirman No. 2 Purwokerto, kemudian dipindahkan ke gedung baru yang terletak di Jalan Suparjo Rustam No. 8 Sokaraja, yang berdiri hingga sekarang.

B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan pada PT. FIF Cabang Purwokerto dan mengambil calon konsumen sebagai responden. Untuk memperoleh informasi tentang responden, di bawah ini disajikan data mengenai responden.

1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada PT. FIF Cabang Purwokerto.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	71	71
2	Perempuan	29	29
Jumlah		100	100

Responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dari perempuan. Untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 71 orang atau (71%) dan untuk responden perempuan sebanyak 29 orang atau (29%). Berdasarkan pengamatan di lapangan memang terlihat konsumen PT. FIF lebih banyak didominasi oleh kaum laki-laki.

2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. Jumlah responden berdasarkan usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	21-30	23	23
2	31-40	31	31
3	41-50	40	40
4	>50	6	6
Jumlah		100	100

Dari Tabel 4. dapat diketahui bahwa rentang usia 41-50 tahun menduduki peringkat tertinggi jumlahnya diikuti rentang usia 31-40 tahun. Hal ini disebabkan karena kisaran usia tersebut merupakan kategori usia produktif.

3. Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Tabel 5. Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan.

No	Status Perkawinan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Kawin	77	77
2	Belum kawin	16	16
3	Janda/duda	7	7
Jumlah		100	100

Dari Tabel 5. dapat diketahui bahwa status perkawinan responden sebagian besar adalah kawin atau sudah menikah sebesar 77 orang atau (77%), sedangkan yang lainnya adalah 16 orang atau (16%) untuk responden yang belum kawin dan 7 orang atau (7%) untuk responden yang status perkawinannya janda/duda.

4. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No	Status Perkawinan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	3	3
2	SLTP/ sederajat	23	23
3	SLTA/ sederajat	43	43
4	D3	19	19
5	S1	12	12
Jumlah		100	100

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui bahwa responden mayoritas memiliki pendidikan terakhir SLTA/ sederajat sebanyak 43 orang atau 43 %. Dan untuk responden yang pendidikan terakhirnya SD sebanyak 3%, SLTP/ sederajat sebanyak 23%, D3 sebanyak 19% dan S1 sebanyak 12%.

5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	PNS/TNI/Polri	13	13
2	Karyawan Swasta	24	24
3	Wiraswasta	38	38
4	Pensiunan PNS/TNI/Polri	2	2
5	Buruh	23	23
Jumlah		100	100

Dari Tabel 7. dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden paling banyak adalah wiraswasta sebesar 38 orang atau (38%), sedangkan yang lainnya adalah 13 orang atau (16%) untuk responden yang

pekerjaanya PNS/TNI/Polri, 24orang atau (24%) untuk responden yang yang pekerjaanya Karyawan swasta, 2orang atau (2%) untuk responden yang yang pekerjaanya pensiunan PNS/TNI/Polri dan 23orang atau (23%) untuk responden yang yang pekerjaanya buruh.

C. Hasil Analisis dan Pembahasan

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik karena variabel terikatnya merupakan variabel *dummy* (kategorikal). Permintaan kredit sepeda motor yang diterima memiliki nilai $Y = 1$, sedangkan permintaan kredit sepeda motor yang ditolak memiliki nilai $Y = 0$. Mengacu pada ketentuan tersebut selanjutnya data diperhitungkan ke dalam suatu persamaan regresi logistik yang disertai dengan memasukkan perhitungan variabel bebas yaitu pendapatan konsumen, konsumsi rumah tangga, harga, suku bunga, uang muka dan jangka waktu pengembalian kredit. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan regresi logistik metode *enter*, yang selanjutnya diperoleh persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh *independent variable* terhadap *dependent variable*.

1. Uji Kelayakan Model Regresi Logistik

Tahap ini merupakan tahap pertama yang harus dilakukan dalam analisis dengan menggunakan metode *Binary Logistic*. Berdasarkan hasil analisis regresi logistic dengan bantuan *software SPSS for Windows* diperoleh ringkasan hasil seperti tertera pada Tabel 8.

Tabel 8. Ringkasan Hasil Regresi Logistik

$\log(P_i / 1 - P_i) = \beta_0 + \Delta PNDPTN - \Delta KONSUMSI - \Delta HARGA - \Delta SUKUBUNGA - \Delta UANGMUKA - \Delta JGKWAKTU + \varepsilon$				
Hasil Statistik	Block = 0	Block = 1	Nagelkerke R Square	Cox and Snell R Square
2 log likelihood	114,611	66,711	0,558	0,381
Chi-Square Value	11,944			
Sig-Hosmer and Lameshow		0,063		
Variabel dalam persamaan				
Variabel			Koefisien	Sig-
PENDAPATAN			3,702	0,013
KONSUMSI			-1,466	0,039
HARGA			-1,270	0,66
SUKUBUNGA			-0,812	0,239
UANGMUKA			-1,275	0,67
JANGKA WAKTU			-1,482	0,028
Konstan			4,015	
Kekuatan Prediksi				
Permintaan kredit sepeda motor yg diterima			67/74	90,50%
Permintaan kredit sepeda motor yg ditolak			13/26	50,00%
	Overall		80/100	80,00%

Adapun penjelasan dari hasil analisis regresi logistik pada Tabel 8. tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Case Processing Summary Analysis*

Berdasarkan tabel *analysis case processing summary* (Lampiran 4) diperoleh nilai $n = 100$ atau 100 persen. Hal ini menunjukkan bahwa semua data dari sampel terpilih valid (sah untuk diproses), dengan demikian tidak ditemukan data yang hilang.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Hosmer Lameshow (2000) indikasi terjadinya multikolinearitas dalam analisis regresi logistik dapat diketahui dari besarnya *Standar Errors (S.E.)* variabel *independent* yang kurang dari 2,0 (tidak termasuk S.E. untuk konstan). Dari hasil pengujian diperoleh nilai *Standar Errors (S.E.)* variabel *independent* sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	S.E.	Keterangan
Pendapatan	1.494	Tidak ada Multikolinearitas
Konsumsi RT	0.711	Tidak ada Multikolinearitas
Harga Sepeda Motor	0.690	Tidak ada Multikolinearitas
Suku Bunga Kredit	0.689	Tidak ada Multikolinearitas
Uang Muka	0.695	Tidak ada Multikolinearitas
Jangka Waktu Pengembalian Kredit	0.672	Tidak ada Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada *logistic regression* juga dapat dibuktikan melalui tabel *correlation matrix* pada Lampiran 3 yang menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Kesimpulan ini diambil karena koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas yang berarti tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas.

c. Hasil Klasifikasi

Hasil klasifikasi pada *classification table* digunakan untuk menghitung nilai estimasi yang benar (*correct*) dan salah (*incorrect*). Pada step 0, terlihat bahwa nilai prediksi permintaan kredit sepeda motor yang ditolak sebanyak 26, sedangkan permintaan kredit sepeda motor yang diterima sebanyak 74. Pada step 1, didapat bahwa nilai prediksi dari permintaan kredit sepeda motor yang ditolak sebanyak 26 sedangkan hasil pengamatan adalah 13 maka ketepatan klasifikasi adalah 50,00 persen (13/26). Sedangkan prediksi permintaan kredit sepeda motor yang diterima adalah 74 sedangkan hasil pengamatan adalah 67, jadi ketepatan klasifikasi adalah 90,50 persen (67/74) atau secara keseluruhan ketepatan klasifikasi adalah 80,00 persen (80/100).

Adapun tingkat akurasi klasifikasi dapat diketahui melalui perhitungan pada step 0, dimana diketahui bahwa proporsi kelompok permintaan kredit sepeda motor yang ditolak adalah $26/100 = 0,260$, sedangkan proporsi kelompok permintaan kredit sepeda motor yang diterima adalah $74/100 = 0,740$. Kemudian masing-masing proporsi kelompok tersebut dikuadratkan dan dijumlahkan ($0,260^2 + 0,740^2 = 0,615$). Hasil perhitungan dengan bantuan *SPSS for Windows* menunjukkan bahwa tingkat akurasi step 1 adalah 80,00 persen. Kriteria dari proporsi akurasi menurut Hosmer dan Lameshow adalah $1,25 \times 0,615 = 0,769$, berarti tingkat akurasi hasil penghitungan *SPSS for Windows* (80,00%) lebih besar dari kriteria proporsi akurasi (76,90%). Dengan demikian, maka kriteria untuk akurasi klasifikasi dalam penelitian ini memuaskan.

d. Menilai Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit Test*)

Goodness of fit test dilakukan untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dikatakan fit). Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa besarnya nilai statistik Hosmer dan Lameshow's *goodness of fit test* dilihat dari nilai *chi square* sebesar 11,944 dengan probabilitas signifikansi 0,063 lebih besar dari 0,05, sehingga model dapat dikatakan fit.

e. Menilai Secara Keseluruhan (*Overall Fit Test*)

Menilai model fit dapat dilihat dari nilai statistik -2Log Likelihood yaitu tanpa variabel, hanya konstanta saja sebesar 114,611, setelah dimasukkan 6 variabel baru (lihat *variable in the equation*), maka nilai statistik -2Log Likelihood turun menjadi 66,711 (lihat *model summary*) atau terjadi penurunan sebesar 47,900. Signifikansi penurunan yang terjadi dapat diukur dengan cara dibandingkan dengan nilai tabel t dengan df (selisih df dengan konstanta saja dan df dengan 6 variabel *independent*) $df1 = (n - k) = (100 - 0) = 100$ dan $df2 = 100 - 6 = 94$, jadi selisih $df = 100 - 94 = 6$. Berdasarkan tabel distribusi t dengan $df = 6$ didapat angka 2,447. Oleh karena nilai selisih (47,900) lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka selisih penurunan -2Log Likelihood dinyatakan signifikan. Hal ini berarti penambahan variabel *independent* ke dalam model memperbaiki model fit.

f. Uji Cox dan *Snell's R Square*

Cox dan *Snell's R Square* merupakan ukuran yang mencoba meniru ukuran R^2 pada *multiple regression* yang didasarkan pada teknik estimasi *likelihood* dengan nilai maksimum kurang dari satu sehingga sulit diinterpretasikan. *Nagelkerke's R Square* merupakan modifikasi dari koefisien Cox dan *Snell's R square* dengan nilai maksimumnya. Nilai *Nagelkerke's R Square* dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 pada *multiple regression*. Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai Cox dan *Snell's R Square* sebesar 0,381 dan koefisien korelasi *Nagelkerke* sebesar 0,558 yang berarti bahwa model ini mempunyai kekuatan prediksi sebesar 55,80 persen yang dijelaskan oleh enam variabel yaitu pendapatan konsumen,

konsumsi rumah tangga, harga, suku bunga, uang muka dan jangka waktu pengembalian kredit dalam memprediksi keputusan permintaan kredit sepeda motor, sedangkan kekuatan prediksi sebesar 54,20 persen dijelaskan oleh variasi perubahan variabel lainnya.

g. Persamaan Regresi Logistik

Dari enam variabel yang ada hanya ada tiga variabel yang dapat digunakan untuk memprediksi keputusan permintaan kredit sepeda motor karena hanya tiga variabel tersebut yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor. Ketiga variabel tersebut yaitu PENDAPATAN, KONSUMSI dan JANGKA WAKTU, sehingga didapat persamaan *logistic regression* sebagai berikut :

$$\text{Log (Pi)/(1-Pi)} = 4,015 + 3,702 \Delta \text{Pendapatan} - 1,466 \Delta \text{Konsumsi} - 1,270 \Delta \text{Harga}$$

$$- 0,812 \Delta \text{Suku Bunga} - 1,275 \Delta \text{Uang Muka} -$$

$$1,482 \Delta \text{Jangka Waktu}$$

atau

$$\frac{p}{1-p} =$$

$$e^{4,015} + e^{3,702 \text{PENDAPATAN}} - e^{1,466 \text{KONSUMSI}} - e^{1,270 \text{HARGA}}$$

$$- e^{0,812 \text{SKBUNGA}} - e^{1,275 \text{UANGMUKA}} - e^{1,482 \text{JANGKAWAKTU}}$$

Dari persamaan *logistic regression* dapat dilihat bahwa *log odds* permintaan kredit sepeda motor yang diterima secara positif dipengaruhi oleh PENDAPATAN, dan secara negatif dipengaruhi oleh KONSUMSI dan JANGKA WAKTU. Persamaan tersebut berarti bahwa jika KONSUMSI dan JANGKA WAKTU dianggap konstan maka *odds* permintaan kredit sepeda motor yang diterima dengan faktor ($e^{3,702}$) atau sebesar 40,528 untuk setiap kenaikan satu satuan PENDAPATAN. Jika PENDAPATAN dan JANGKA WAKTU dianggap konstan, maka *odds* permintaan kredit sepeda motor yang diterima dengan faktor ($e^{1,466}$) atau sebesar 4,332 untuk setiap penurunan satu satuan KONSUMSI dan jika PENDAPATAN dan KONSUMSI dianggap konstan maka *odds* permintaan kredit sepeda motor yang diterima dengan faktor ($e^{1,482}$) atau sebesar 4,402 untuk setiap penurunan satu satuan JANGKA WAKTU. Interpretasi dapat juga dilakukan dengan menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan, di sisi lain semakin rendah konsumsi dan jangka waktu kredit, maka probabilitas permintaan kredit sepeda motor yang dapat diterima juga semakin tinggi.

2. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independen sebagai berikut:

- 1) Pendapatan (X1)
Dari hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai signifikan dari pendapatan sebesar 0,013, ini berarti variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor karena nilai signifikannya kurang dari 0,05.
- 2) Konsumsi Rumah Tangga (X2)
Dari hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai signifikan dari konsumsi rumah tangga sebesar 0,039, ini berarti variabel konsumsi rumah tangga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor karena nilai signifikannya kurang dari 0,05.
- 3) Harga Sepeda Motor (X3)
Dari hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai signifikan dari harga sepeda motor sebesar 0,066, ini berarti variabel harga sepeda motor tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor karena nilai signifikannya lebih dari 0,05.
- 4) Suku Bunga Kredit (X4)
Dari hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai signifikan dari suku bunga kredit sebesar 0,239, ini berarti variabel suku bunga kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor karena nilai signifikannya lebih dari 0,05.
- 5) Uang Muka (X5)
Dari hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai signifikan dari uang muka sebesar 0,067, ini berarti variabel uang muka tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor karena nilai signifikannya lebih dari 0,05.
- 6) Jangka Waktu Pengembalian Kredit
Dari hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai signifikan dari jangka waktu pengembalian kredit sebesar 0,028, ini berarti variabel jangka waktu pengembalian kredit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor karena nilai signifikannya kurang dari 0,05.

Dengan demikian, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa faktor pendapatan, konsumsi rumah tangga, harga, suku bunga, uang muka, dan jangka waktu pengembalian kredit mempunyai pengaruh yang berarti terhadap permintaan kredit sepeda motor, *ditolak*.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik diketahui bahwa nilai *Wald* variabel pendapatan sebesar 6,142, nilai *Wald* variabel konsumsi sebesar 4,256, nilai *Wald* variabel harga sepeda motor sebesar 3,387, nilai *Wald* variabel suku bunga sebesar 1,389, nilai *Wald* variabel uang muka sebesar 3,365 dan nilai *Wald* variabel jangka waktu kredit sebesar 4,854. Dari hasil penghitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Wald* variabel pendapatan lebih besar dari nilai *Wald* variabel konsumsi, harga sepeda motor, tingkat suku bunga, uang muka dan nilai *Wald* variabel jangka waktu kredit.

Dengan demikian, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa faktor pendapatan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor, *diterima*.

3. Analisa Ekonomi

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa dari keenam variabel hanya tiga variabel yang berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor, yaitu pendapatan, konsumsi rumah tangga konsumen dan jangka waktu pengembalian kredit. Selengkapnya, beberapa analisis ekonomi yang dapat dikemukakan adalah:

- a. Pihak PT. FIF lebih cenderung melihat besarnya pendapatan dan kemampuan konsumsi konsumennya dalam melakukan pertimbangan untuk keputusan pengajuan kredit tanpa mempertimbangkan kemampuan pembayaran kreditnya dalam jangka panjang. Dari hasil pengamatan langsung di lapangan bahwa pihak *leasing* lebih mementingkan besarnya penjualan dan mengesampingkan resiko kredit macet yang mungkin akan terjadi dikemudian hari.
- b. Hampir semua dealer yang ada di Purwokerto tidak mau memberikan penjualan secara tunai, hal ini yang menjadi paksaan kepada konsumen yang awalnya ingin membeli secara tunai karena harus membeli secara kredit. Ini merupakan strategi pemasaran dari pihak dealer dan PT. FIF agar mencapai penjualan yang maksimal.
- c. Konsumen kurang mempertimbangkan segala hal dalam keputusannya untuk melakukan permintaan kredit sehingga permintaan kredit yang mereka ajukan ditolak.
- d. Dalam teori, suku bunga kredit semestinya dapat mempengaruhi permintaan kredit sepeda motor namun dalam kenyataannya saat ini suku bunga kredit tidak berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melalui kuisioner kebanyakan konsumen justru tidak tahu berapa besarnya suku bunga yang ditawarkan oleh *leasing* dan mereka tidak mau tau besarnya suku bunga kredit yang ditawarkan. Inilah budaya masyarakat indonesia yang berperilaku secara irasional dalam mengkonsumsi suatu barang tanpa melihat segi ekonomisnya terlebih dahulu.
- e. Saat ini harga sepeda motor juga tidak terlalu penting bagi konsumen, model adalah yang pertama menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan konsumsi tanpa memikirkan kemampuan ekonomi individunya. Mungkin inilah yang disebut dengan gengsi, terkadang masyarakat memiliki keinginan untuk memiliki sesuatu karena melihat apa yang dimiliki orang lain. Bukan hanya itu, dengan memiliki suatu jenis barang dapat menjadikan kebanggaan tersendiri bagi sebagian besar masyarakat.
- f. Uang muka (*down payment*), saat ini besarnya uang muka tidak mencerminkan kemampuan ekonomi seseorang karena banyak

yang berpenghasilan tinggi namun memilih uang muka yang ringan. Ini disebabkan karena banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi dalam waktu yang bersamaan.

- g. Masalah harga, suku bunga kredit dan uang muka saat ini agaknya bukan menjadi pertimbangan apakah permintaan kredit sepeda motor akan menjadi permintaan yang efektif (permintaan yang diterima) oleh pihak *leasing*. Seperti yang telah diuraikan dalam pengujian hipotesis di atas bahwa yang mempengaruhi permintaan kredit sepeda motor adalah pendapatan konsumen, konsumsi rumah tangga konsumen dan jangka waktu pengembalian kredit. Semakin besar pendapatan semakin besar pula kemungkinan permintaan kredit sepeda motor diterima. Semakin kecil konsumsi rumah tangga konsumen dan jangka waktu pengembalian kredit, maka semakin besar pula kemungkinan permintaan kredit sepeda motor diterima.

VII. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

1. Pendapatan, konsumsi dan jangka waktu kredit berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor sedangkan harga sepeda motor, suku bunga dan uang muka tidak berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor. Dengan demikian, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa faktor pendapatan, konsumsi rumah tangga, harga, suku bunga, uang muka, dan jangka waktu pengembalian kredit mempunyai pengaruh yang berarti terhadap permintaan kredit sepeda motor, *ditolak*.
2. Pendapatan mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap permintaan kredit sepeda motor. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil perbandingan nilai *Wald*, di mana diketahui bahwa nilai *Wald* variabel pendapatan lebih besar dari nilai *Wald* variabel konsumsi, harga sepeda motor, tingkat suku bunga, uang muka dan nilai *Wald* variabel jangka waktu kredit. Dengan demikian, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa faktor pendapatan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor, *diterima*.

B. Implikasi

1. Konsumen yang akan mengajukan kredit sepeda motor sebaiknya memperhatikan faktor pendapatan, konsumsi dan jangka waktu kredit karena pendapatan, konsumsi dan jangka waktu kredit berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor.
2. Karena pendapatan mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap diterimanya permintaan kredit sepeda motor, maka para calon nasabah kredit sepeda motor sebaiknya sangat memperhatikan faktor pendapatan agar permintaan kredit dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Anwari. 1986. *Leasing Di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Algifari. 2000. “*Statistik Induktif Untuk Ekonomi dan Bisnis*”. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Aryaningsih, Ni, Nyoman. 2008. Jurnal Penelitian. *Pengaruh Suku Bunga, Inflasi Dan Jumlah Penghasilan Terhadap Permintaan Kredit Di PT. BPD Cabang Pembantu Kediri*. Fakultas Ilmu Sosial Undiksha
- Boediono. 1988. *Ekonomi Makro*. BPFE. Yogyakarta.
- Boediono. 1989. *Ekonomi Moneter*. BPFE. Yogyakarta.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 1983. *Statistik Induktif*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Foster, G. 1986. *Financial Statement Analysis*. New Jersey : Prentice Hall International Englewood Cliffs.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gurajati, Damodar. 1995. *Ekonometrika Dasar*. CV. Rajawali. Jakarta.
- Hair, et al. 1998. *Multivariate Data Analysis 5th edition*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Insukindro, R. Maryatmo, Aliman, Sri Yani Kusumstuti, A. Ika Rahutami, 2004. *Modul Ekonometrika Dasar*. Kerja sama Bank Indonesia dan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Supranto, J. 1994. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Suparmoko. 1990. *Pengantar Ekonomika Makro*. BPFE. Yogyakarta.
- Suparmoko. 1998. *Pengantar Ekonomika Mikro*. BPFE. Yogyakarta.
- Stanton. J William. 1989. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalai Indonesia. Jakarta
- Swastha, Basu DH, dan Hani Handoko. 1982. *Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- Wijaya, Amin. 1994. *Akuntansi Leasing*. Rineka Cipta. Jakarta.