

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT Raharja Sedaya merupakan cikal bakal dari Astra Credit Companies (ACC). PT Raharja Sedaya berdiri secara notariel hukum pada tanggal 15 Juli 1982 dan mulai beroperasi dalam bidang *consumer finance* pada tahun 1983. Pada saat itu konsumen cenderung membeli mobil secara kredit, karena meningkatnya harga barang-barang yang tidak seimbang dengan pendapatan/penghasilan masyarakat. PT Raharja Sedaya adalah salah satu perusahaan pelopor dibidang *consumer finance* (<http://digilib.itb.ac.id>, Juni 2015).

Pada tahun 1990 PT Raharja Sedaya berganti nama menjadi PT Astra Sedaya Finance. Sejak tahun 1994, ACC mengembangkan merek Astra Credit Companies untuk mendukung usahanya. Dalam perkembangannya, PT Astra Sedaya Finance memiliki penyertaan saham pada perusahaan asosiasi, yaitu PT Pratama Sedaya Finance, PT Swadharma Bhakti Sedaya Finance, PT Staco Estika Sedaya Finance dan PT Astra Auto Finance (<http://www.acc.co.id>, Juni 2015).

Astra Credit Companies (ACC) adalah perusahaan pembiayaan mobil dan alat berat. Pada awalnya ACC berdiri bertujuan untuk membiayai mobil baru keluaran Astra. Dengan berjalannya waktu, ACC melihat adanya pasar yang belum tergarap dimana pasar tersebut juga memiliki jumlah *market* yang besar, pasar tersebut adalah pasar untuk penjualan mobil bekas, sehingga ACC memutuskan untuk memasuki pasar tersebut dengan memberikan pembiayaan untuk mobil bekas (<http://digilib.itb.ac.id>, Juni 2015). Saat ini, sekitar 69% dari total portofolio pembiayaan ACC merupakan mobil baru, sedangkan pembiayaan mobil bekas dan alat berat mengambil porsi masing-masing sebesar 26% dan 6% (<http://www.astra.co.id>, Juni 2015).

ACC selalu mempertahankan reputasinya sebagai perusahaan pembiayaan terkemuka di Indonesia. Saat ini ACC telah menjalin hubungan kerjasama dengan lebih dari 9.000 *dealer* dan dipercaya lebih dari 1 juta pelanggan. Untuk

mempertahankan pangsa pasar yang sudah tercipta. ACC mengambil langkah untuk tetap fokus pada kegiatan usaha utamanya yaitu pemberian fasilitas pembiayaan kendaraan bermotor (sedan, *minibus*, jeep, *pick up* dan *truck*) serta alat berat, baik skala *retail* ataupun korporasi/*fleet* (<http://www.acc.co.id>, Juni 2015).

ACC menerapkan konsep *operational excellence* untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. ACC menawarkan program paket pembiayaan yang menarik dan fleksibel yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pelanggan. ACC selalu meningkatkan pelayanan yang cepat untuk proses aplikasi permohonan pembiayaan baik kendaraan baru maupun bekas, dengan fleksibilitas jangka waktu satu sampai lima tahun. Untuk kemudahan pembayaran angsuran, pelanggan dapat membayar angsuran melalui berbagai *payment point*. Kepada para *dealernya* ACC memberikan layanan yang cepat untuk informasi status aplikasi kredit pelanggannya termasuk proses pelunasan pencairan dana kredit pelanggan (<http://www.acc.co.id>, Juni 2015).

Dalam menyediakan modal pinjaman, ACC menaungi 6 PT yaitu PT Astra Sedaya Finance (ASF), PT Astra Multi Finance (AMF), PT Astra Auto Finance (AAF), PT Swadharma Bhakti Sedaya Finance (SBSF), PT Pratama Sedaya Finance (PSF), PT Staco Estika Sedaya Finance (SESF), melalui aliansi *partner* strategis yang menciptakan sinergi usaha yang kokoh (www.acc.co.id, Juni 2015).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Latar belakang munculnya lembaga pembiayaan dijelaskan dalam pertimbangan Keppers, dalam rangka menunjang pertumbuhan ekonomi maka sarana penyediaan dana yang dibutuhkan oleh masyarakat perlu lebih diperluas sehingga peranannya sebagai sumber dana pembangunan makin meningkat (www.scribd.com, September 2015). Lembaga pembiayaan ini muncul sebagai suatu bentuk penyediaan dana atau barang modal kepada masyarakat untuk pembelian barang yang pembayarannya dilakukan secara angsuran atau berkala oleh konsumen. Munculnya praktek pembiayaan dengan sistem pembiayaan konsumen disebabkan oleh faktor sulitnya bagi sebagian besar masyarakat mempunyai akses untuk mendapatkan kredit bank yang selalu diikat dengan

agunan. Kegiatan lembaga pembiayaan diatur dalam pasal 2 Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 1251/KMK/012/1998, yang diantaranya adalah sewa guna usaha, modal ventura, perdagangan surat berharga, anjak piutang, usaha kredit dan pembiayaan konsumen.

Menurut data Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI) saat ini telah terdaftar 187 perusahaan pembiayaan. 130 diantaranya memberikan pembiayaan kredit mobil, yang dijabarkan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Daftar Nama Perusahaan Pembiayaan

PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN	PERUSAHAAN PEMBIAYAAN
AB SINAR MAS MULTIFINANCE	INTERNUSA TRIBUANA MULTI FINANCE	VARIAN INTRA FINANCE	BUANA FINANCE	PPA FINANCE	TRANSPASCIDIFIC FINANCE	FIRST INDO FINANCE	SWADHARMA BHAKTI SEDAYA FINANCE
ADIRA DINAMIKA MULTIFINANCE	ITC AUTO MULTI FINANCE	VERENA MULTI FINANCE	BUKOPIN FINANCE	PRATAMA INTERDANA FINANCE	LOTTE CAPITAL INDONESIA	IFS CAPITAL INDONESIA	SWADHARMA INDOTAMA FINANCE
AEON CREDIT SERVICE	JA MITSUI LEASING INDONESIA	WAHANA OTTOMITRA MULTARTHA	BUMIKUSUMA MULTIFINANCE	PRATAMA SEDAYA FINANCE	WANNAMAS MULTI FINANCE	INDOJASA PRATAMA	SWADHARMA SURYA FINANCE
AL UJRAH INDONESIA FINANCE	JAYA FUJI LEASING PRATAMA	WOKA INTERNATIONAL FINANCE	BUMIPUTERA – BOT FINANCE	PRO CAR INTERNATIONAL FINANCE	CAPELLA MULTIDANA	INDOMOBIL FINANCE INDONESIA	TOPAS MULTI FINANCE
ANDALAN FINANCE	KARYA TEKNIK MULTIFINANCE	SUMBER ARTHAMAS FINANCE	BUSSAN AUTO FINANCE	PT BANK NEGARA INDONESIA	RADANA FINANCE	INDOSURYA INTI FINANCE	TOYOTA ASTRA FINANCIAL SERVICE
ARJUNA FINANCE	KEMBANG DELAPAN DELAPAN MULTIFINANCE	MIZHUO BALIMOR FINANCE	CAPITAL FINANCE	REKSA FINANCE	SWARNA NIAGA FINANCE	INTAN BARUPRANA FINANCE	TRUST FINANCE INDONESIA
ARTHA PRIMA FINANCE	LPEXIM MANDIRI FINANCE	HOME CREDIT INDONESIA	CATEPILLAR FINANCE INDONESIA	RESONA INDONESIA FINANCE	TAKARI KOKOH SEJAHTERA	INTENSIF MULTI FINANCE	U FINANCE INDONESIA
ARTHA ASIA FINANCE	KOMATSU ASTRA FINANCE	BUANA SEJAHTERA MULTIDANA	CENTRAL JAWA POWER	SADIRA FINANCE	FORTUNA MULTIFINANCER	BCA FINANCE	MANDIRI TUNAS FINANCE
ASTRA SEDAYA FINANCE	MAGNA FINANCE	ADITAMA FINANCE	CHANDRA SAKTI UTAMA LEASING	SAHABAT FINANSIAL KELUATGA	ARTHABUANA MARGA USAHA FINANCE	BESS FINANCE	MASHILL INTERNATIONAL FINANCE
BATAVIA PROSPERINDO FINANCE	MANDIRI FINANCE INDONESIA	PANEN ARTHA INDONESIA MULTI FINANCE	CIMB NIAGA AUTO FINANCE	SARANA GLOBAL FINANCE INDONESIA	ANUGERAH UTAMA MULTIFINANCE	BETA INTI MULTIFINANCE	MAXIMA INTI FINANCE
BRINGIN SRIKANDRI FINANCE	ORIX INDONESIA FINANCE	MIRASURYA MULTI FINANCE	BRINGIN INDOTAMA SEJAHTERA FINANCE	MULTINDO AUTO FINANCE	BATARA INTERNASIONAL FINANSINDO	BNI MULTIFINANCE	MNC FINANCE
CIPTADANA MULTIFINANCE	STYADHIKA BAKTI MULTI FINANCE	NISSAN FINANCIAL SERVICE INDONESIA	DIPO STAR FINANCE	STACO ESTIKA SEDAYA FINANCE	CITIFIN MULTIFINANCE SYARIAH	MALACCA TRUST FINANCE	ADHIKA PRIMADHANA MULTI FINANCE PT
CITRA MANDIRI MULTIFINANCE	SEJAHTERA PERTAMA MULTI FINANCE	OTO MULTARTHA	FINANSIAL MULTI FINANCE	SUNPRAMA NUSANTARA PEMBIAYAAN	HINO FINANCE INDONESIA	MNC GUNA USAHA INDONESIA (MNC LEASING) PT	MURNI UPAYA RAYA NILAI INTI FINANCE
CLEMONT FINANCE INDONESIA	SINAR MITRA SEPADAN FINANCE	ASTRA AUTO FINANCE	BFI FINANCE INDONESIA	MEGA FINADANA FINANCE	INDONESIA INTERNATIONAL FINANCE	PERMATA FINANCE INDONESIA	RAMA MULTI FINANCE PY
CLIPAN FINANCE INDONESIA	SINARMAS MULTIFINANCE	EQUITY FINANCE INDONESIA	BINTANG MANDIRI FINANCE	MITRA DANA PUTRA UTAMA FINANCE	RELIANCE INDONESIA	TOP FINANCE PT	MITRA PINASTHIKA MUSTIKA FINANCE
COMMERCE FINANCE	SMART MULTI FINANCE	FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE	TIFA FINANCE	BIMA MULTI FINANCE	GARISHINDO BUANA FINANCE INDONESIA	DANAREKSA FINANCE	SMFL LEASING INDONESIA

Sumber: www.ifsa.or.id, September 2015

Semakin banyaknya jumlah perusahaan pembiayaan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memiliki kendaraan. Hal ini dapat memberikan dampak pada peningkatan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2

Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Tahun 2009 – 2013

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2009	7,910,407	2,160,973	4,498,171	52,767,093	67,336,644
2010	8,891,041	2,250,109	4,687,789	61,078,188	76,907,127
2011	9,548,866	2,254,406	4,958,738	68,839,341	85,601,351
2012	10,432,259	2,273,821	5,286,061	76,381,183	94,373,324
2013	11,484,514	2,286,309	5,615,494	84,732,652	104,118,969

Sumber: Data Badan Pusat Statistik Tahun 2015

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan pembiayaan untuk memberikan kredit kepada pelangganya, tentunya akan memberikan dampak bagi perusahaan pembiayaan ditengah ekonomi Indonesia yang sedang menurun. Pada penelitian ini, penulis akan meneliti Astra Sedaya Finance atau yang lebih dikenal dengan Astra Credit Companies. Akibat menurunnya ekonomi saat ini, pembiayaan Astra Sedaya Finance (ASF) mengalami penurunan pembiayaan 17% dibandingkan bulan Agustus tahun lalu. Hal ini disebabkan perekonomian yang sedang lesu, sehingga perusahaan lebih selektif dalam menyalurkan pembiayaan untuk mencegah terjadinya kredit macet (www.ifsa.or.id, September 2015).

Menurut Direktur Utama PT Astra Sedaya Finance (ASF) Bapak Jodjana Jody, Astra Sedaya Finance memilih untuk memperkecil kontribusi pembiayaan alat berat karena terjadi pelemahan harga jual komoditas. Jika tidak diperkecil, akan berakibat pada kredit macet. Naiknya kredit macet terjadi karena dua hal. Pertama pada segmen pasar individu karena berkurangnya daya angsuran nasabah terhadap cicilan kendaraan. Kondisi ini terjadi karena harga kebutuhan yang mahal sehingga membuat kemampuan nasabah mengangsur berkurang. Kedua, pada segmen korporasi terjadi pelemahan harga komoditas perkebunan dan pertambangan.

Akibatnya, segmen korporasi menunda rencana pembelian kendaraan baru atau bekas (www.infovesta.com, September 2015).

Langkah lain yang dilakukan oleh Astra Sedaya Finance dengan memberikan pembiayaan pada produk LCGC (mobil murah) mencapai 13 – 15% dari total penjualan, sehingga *growth* piutang lebih kecil pertumbuhannya dibandingkan dengan jumlah unitnya. Melalui strategi *quality booking*, ACC berhasil menjaga tingkat kredit macet (NPL), di level 0.6% pada tahun ini (<http://otomotif.kompas.com>, September 2015).

Sampai Agustus 2015 terdapat dua perusahaan pembiayaan konsumen mengalami kenaikan rasio pembiayaan bermasalah yang mendekati nilai 4%. Hal ini diantisipasi dengan aturan pencadangan dalam memitigasi risiko sesuai POJK Nomor 29/ POJK/ 05/ 2014 tentang Penyelenggaraan Perusahaan Pembiayaan juga menahan kenaikan signifikan NPF atau NPL *multifinance* akibat perlambatan ekonomi (www.ifs.or.id, September 2015).

Selain itu, menurut Direktur Utama Astra Credit Companies terdapat permasalahan selain kredit macet, yaitu perang *discount* mobil baru yang ketat antara agen tunggal pemenang merek (ATPM) sehingga berdampak negatif pada perusahaan pembiayaan. Akibatnya, mobil-mobil tarikan dari konsumen yang tidak berhasil mencicil tidak bisa dijual kembali dengan harga layak. Sehingga, hampir semua mobil tarikan memberikan kerugian bagi perusahaan yang disebut dengan *Loss On Reposition* (LOR) (<http://otomotif.kompas.com>, September 2015).

Kredit macet adalah kredit yang dikelompokkan ke dalam kredit tidak lancar dilakukan debitur atau tidak bisa ditagih lembaga keuangan. NPL merupakan rasio keuangan pokok yang dapat memberikan informasi penilaian atas kondisi permodalan, rentabilitas, risiko kredit, risiko pasar dan likuidasi. Biasanya rasio NPL merupakan target jangka pendek perbankan. Semakin tinggi rasio *Non-Performing Loan* maka tingkat likuiditas lembaga keuangan terhadap dana pihak ketiga (DPK) akan semakin rendah. Tingginya NPL disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu pertama faktor *intern* bank atau lembaga pembiayaan. Kegiatan ekspansi penyaluran kredit yang besar-besaran tanpa adanya standarisasi analisis calon debitur dan pengawasan

yang tidak maksimal oleh lembaga pembiayaan, penetapan tingkat suku bunga kredit yang tinggi, jumlah penyaluran kredit yang melampaui batas kemampuan bank dalam likuidasi dan lemahnya kemampuan bank mendeteksi kemungkinan timbulnya kredit bermasalah merupakan beberapa faktor penyebab utama terjadinya kenaikan rasio *Non Performing Loan*. Kedua, faktor *ekstern* non-bank dan debitur, yaitu adanya pengaruh inflasi dan kurs, pengaruh GDP per kapita riil, adanya bencana alam dan pengaruh tingkat PDB, penurunan kondisi moneter negara dan adanya peraturan pemerintah dan peraturan lainnya yang bersifat membatasi yang berdampak besar pada situasi keuangan dan operasional bank (www.ilmupembiayaan.info, September 2015).

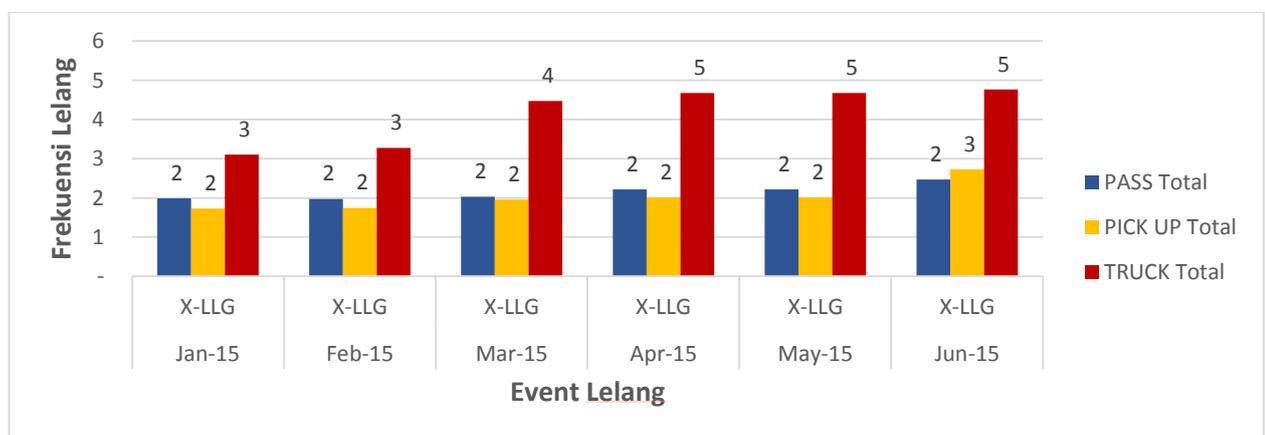
Menurut Peraturan OJK Tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan Pasal 42 tentang Kerjasama Pembiayaan menyebutkan bahwa; (1) Dalam menjalankan usahanya, Perusahaan Pembiayaan dapat bekerjasama dengan pihak lain melalui pembiayaan penerusan (*channeling*) atau pembiayaan bersama (*joint financing*) dan dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Perusahaan pembiayaan memberikan kredit kepada *customer*-nya melalui beberapa persyaratan, yaitu; jenis kredit, jangka waktu kredit, tingkat suku bunga, agunan dan jaminan fidusia. Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 130/ PMK. 010/ 2012, bahwa dalam rangka pembiayaan konsumen kendaraan bermotor oleh perusahaan pembiayaan, konsumen menyerahkan hak milik atas kendaraan bermotor secara kepercayaan (fidusia) kepada perusahaan pembiayaan. Hal ini perlu dilakukan jika terjadi masalah kredit macet. Dimana *customer* tidak membayar angsuran yang telah disepakati dalam kurun waktu 3 bulan. Berdasarkan jaminan fidusia, perusahaan pembiayaan berhak untuk menarik kendaraan yang telah dibiayai. Kendaraan yang telah ditarik akan menjadi unit *inventory* bagi perusahaan pembiayaan.

Unit yang telah ditarik (*unit inventory*) akan dijual kembali oleh perusahaan pembiayaan melalui sistem lelang. Lelang kendaraan jaminan kredit (fidusia) dilakukan oleh balai lelang, sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 93/ PMK. 06/ 2010 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Penjualan jaminan kredit

tersebut merupakan suatu tindakan yang perlu dilakukan perusahaan pembiayaan untuk memperoleh kembali pelunasan dana yang dipinjamkannya karena pihak debitur tidak memenuhi kewajibannya kepada kreditur sesuai dengan perjanjian kredit, serta hasil penjualan jaminan tersebut untuk meminimalkan kerugian yang akan diderita pihak perusahaan pembiayaan.

Penjualan kendaraan bermotor dilakukan melalui sistem lelang terbuka dan lelang tertutup. Dengan aturan lelang *sealed-bid first price auction*, pada metode ini setiap pembeli dalam lelang mengajukan amplop tertutup yang berisi harga penawaran yang diajukan untuk objek yang ditawarkan. Setelah semua pembeli telah mengajukan tawaran mereka, juru lelang membuka amplop dan membaca isi tawaran. Pembeli yang telah mengajukan tawaran tertinggi memenangkan objek yang ditawarkan dan membayar harga sebesar tawaran yang telah diajukan (Maschler, Solan, & Zamir, 2013:466). Jika kendaraan yang telah *disupply* pada *event* lelang tidak terjual, maka kendaraan tersebut akan dilelang pada *event* lelang berikutnya. Pada perusahaan Astra Credit Companies frekuensi lelang untuk jenis kendaraan yang dilelang ditunjukkan pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Frekuensi Lelang Jenis Kendaraan

Sumber: Data Internal Astra Credit Companies Tahun 2015

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa frekuensi lelang untuk jenis kendaraan *passenger* dan *pick up* sebesar dua kali *event* lelang, namun tiga kali lelang untuk jenis kendaraan *truck*. Jika kendaraan tidak laku dalam *event* lelang, harga minimal penawaran lelang akan diturunkan sebesar 5% - 10% dari

harga penawaran lelang sebelumnya. Jika kendaraan tidak terjual dalam beberapa *event* lelang, harga minimal kendaraan tersebut akan semakin rendah. Hal ini akan memberikan kerugian yang lebih besar pada perusahaan pembiayaan.

Untuk meminimalkan kerugian perusahaan pembiayaan, akibat dari kendaraan yang tidak terjual pada *event* lelang, perusahaan pembiayaan perlu mengetahui alternatif terbaik pada negosiasi lelang (BATNA) dan mengetahui dimana zona kemungkinan terjadinya kesepakatan dalam proses negosiasi (ZOPA).

Konsep BATNA (*The Best Alternative to a Negotiated Agreement*) pertama kali diperkenalkan tahun 1980. BATNA adalah langkah-langkah atau alternatif-alternatif yang akan dilakukan oleh seorang negosiator bila negosiasi tidak mencapai kesepakatan. Pada umumnya BATNA diperkenalkan dalam negosiasi, digunakan untuk membantu negosiator keluar dari batas bawah atau *reservation price* mereka (Kolb dan Porter, 2015:27).

ZOPA adalah area atau jangkauan dimana terjadinya kesepakatan yang memenuhi kedua belah pihak dapat berlangsung. Dengan kata lain, itu adalah himpunan perjanjian yang berpotensi memuaskan kedua belah pihak (Wheeler, 2013:24).

1.3 Perumusan Masalah

Negosiasi merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung secara kontinu atau terus-menerus hingga tercapai suatu kesepakatan bagi kedua belah pihak (Purwanto, 2006:252). Salah satu proses negosiasi yang dilakukan perusahaan pembiayaan dalam penanganan kredit macet konsumen yaitu dengan melakukan penjualan jaminan (fidusia). Kendaraan jaminan (fidusia) yang telah ditarik, akan menjadi unit *inventory* perusahaan pembiayaan, yang kemudian akan dijual melalui sistem lelang untuk mengurangi kerugian perusahaan atas barang yang telah dibiayai.

Dalam penjualan kendaraan tarikan, perusahaan pembiayaan menetapkan harga minimal penawaran lelang. Peserta lelang dengan harga penawaran tertinggi akan menjadi pemenang lelang. Jika unit kendaraan yang dilelang tidak terjual, maka perusahaan pembiayaan akan bertahap menurunkan harga minimal

penawaran lelang pada *event* lelang berikutnya. Jika kendaraan lelang tidak terjual dalam beberapa *event* lelang, maka harga minimal penawaran lelang akan semakin rendah. Hal tersebut akan memberikan kerugian yang lebih besar bagi perusahaan pembiayaan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan kajian mengenai hasil lelang terbuka dan tertutup menggunakan metode BATNA dan ZOPA, untuk menggambarkan bagaimana proses lelang berlangsung.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana alternatif terbaik yang akan dilakukan oleh Astra Credit Companies jika dianalisis menggunakan BATNA dalam lelang terbuka dan tertutup?
2. Bagaimana kisaran harga dan kelas kondisi unit lelang yang memungkinkan terjadinya suatu kesepakatan jika dianalisis menggunakan ZOPA dalam lelang terbuka dan tertutup?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui alternatif terbaik yang akan dilakukan oleh Astra Credit Companies jika dianalisis menggunakan BATNA dalam lelang terbuka dan tertutup.
2. Mengetahui kisaran harga dan kelas kondisi unit lelang yang memungkinkan terjadinya suatu kesepakatan jika dianalisis menggunakan ZOPA dalam lelang terbuka dan tertutup.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1.6.1 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan membantu Astra Credit Companies agar lelang kendaraan tarikan lebih efektif dan proses lelang kendaraan yang sama tidak dilakukan berulang, sehingga dapat mencegah penurunan harga minimal penawaran lelang dan mengurangi kerugian perusahaan.

1.6.2 Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan informasi mengenai kajian hasil lelang terbuka dan lelang tertutup, alternatif terbaik pada negosiasi lelang dan mengetahui dimana zona kemungkinan terjadinya kesepakatan dalam proses negosiasi.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Terdapat beberapa penyimpangan dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah antara lain penyusunan, penentuan harga peserta lelang yang terlalu tinggi, penunjukan langsung, kolusi antara penyedia dan pengelola pengadaan barang dan jasa (Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kementerian Keuangan, 2014).

Untuk mereduksi permasalahan korupsi dan kolusi dalam proses lelang, LKPP (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah) akan mengoptimalkan penggunaan *E-Government Procurement* guna menyelesaikan masalah tersebut. Namun pada pelaksanaan *e-procurement* tersebut masih terdapat beberapa masalah yakni infrastruktur yang belum menjangkau dan memadai keseluruhan wilayah Indonesia, keterbatasan sistem kelembagaan dan kemampuan SDM yang terbatas (Zuhri, 2013).

Selain penerapan *e-procurement* yang dilakukan oleh pemerintah, perusahaan pembiayaan melalui Balai Lelang juga menerapkan sistem lelang *online* berbasis web. Sistem lelang *online* berbasis web merupakan sebuah aplikasi berbasis web yang dibangun untuk memudahkan dalam melakukan proses lelang atau jual beli

barang (Bakri, 2013) dan berguna dalam media pemberian informasi pada kepada *bidder* (penawar) lelang (Lesmana, Yunizar, & Rachmadi, 2013). Lelang merupakan cara yang dilakukan perusahaan pembiayaan dalam penjualan unit tarikan konsumen.

Pada prakteknya, perusahaan pembiayaan sering menghadapi permasalahan hukum diantaranya sebagai berikut: Pertama, perusahaan pembiayaan melakukan perjanjian pembiayaan konsumen, namun perusahaan tidak mendaftarkan perjanjian tersebut kepada Kantor Pendaftaran Jaminan Fidusia, maka perusahaan tidak berhak menarik unit yang telah dibiayai. Kedua, perusahaan pembiayaan melakukan penjualan unit tarikan dibawah tangan, namun tidak dilakukan berdasarkan prosedur yang telah ditentukan oleh undang-undang. Ketiga, jika perusahaan pembiayaan melakukan penjualan tanpa melalui mekanisme lelang mempunyai beberapa kelemahan yaitu penjualan tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur oleh undang-undang, penjualan tidak memiliki kekuatan hukum tetap karena tidak memiliki Risalah Lelang dan apabila debitor merasa dirugikan, debitor dapat melakukan tuntutan kepada pihak kreditor ke Pengadilan karena penjualannya tidak melalui lelang (Adimihardja, 2010).

Dari sisi bisnis, permasalahan yang sering terjadi pada kendaraan tarikan ialah kecurangan yang dilakukan debitor/konsumen seperti mengganti onderdil dari kendaraan yang akan dilelang. Hal tersebut dapat terjadi karena tidak ada perjanjian antara kreditor dan debitor mengenai kecurangan pihak debitor, sehingga mengakibatkan perusahaan pembiayaan mengalami kerugian terhadap pendapatannya, karena hasil penjualan tidak mampu menutupi pokok hutang debitor (Adimihardja, 2010). Selain itu, kecurangan yang terjadi dalam proses lelang, misalnya memberikan penawaran harga terhadap objek hak tanggungan yang jauh dari harga pasaran dan melakukan kerjasama antar peserta lelang untuk tidak membeli unit, sehingga harga unit akan diturunkan.

Penelitian ini membahas tentang kajian hasil lelang terbuka dan tertutup Astra Credit Companies, alternatif terbaik pada negosiasi lelang dan mengetahui dimana zona kemungkinan terjadinya kesepakatan dalam proses negosiasi. Objek penelitian adalah Department National Remarketing Astra Credit Companies. Department

National Remarketing adalah departemen yang mengelola kendaraan tarikan perusahaan Astra Credit Companies.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas setiap bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang memperkuat penelitian meliputi teori-teori yang terkait dengan penelitian dan penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode dan teknik penelitian yang digunakan untuk menganalisis data sehingga dapat menjawab masalah penelitian yang meliputi karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, pengumpulan data dan sumber data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga gambaran permasalahan yang terjadi akan terlihat jelas.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir yang berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan dan menjawab tujuan penelitian, beserta saran yang dapat digunakan sebagai perbaikan bagi penelitian selanjutnya.