

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPEGARUHI PERMINTAAN  
KREDIT PEMILIKAN MOBIL DI KOTA MAKASSAR**



OLEH :

**EDWIN INZAL**  
A 11101063

PCMP	
Tgl. Terima	13 - 10 - 09
Anat. / Sub	Ekonomi
Banyak	1 ves
Staf	Utang
No. Inventaris	121
No. ...	

**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2008**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KREDIT  
PEMILIKAN MOBIL DI KOTA MAKASSAR**



**OLEH :  
EDWIN INZAL  
A111 01 063**

**SKRIPSI SARJANA LENGKAP UNTUK MEMENUHI SEBAHAGIAN  
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN ILMU EKONOMI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**DISETUJUI OLEH :**

**PEMBIMBING I**

**Prof. Dr. Hj. Rahmatia, MA**

**PEMBIMBING II**

**Nurhaena Bachtiar, SE, MSi**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T yang dengan rahmat dan kuasaNya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik walaupun un karya ilmiah, baik dari teknik penulisan, bahasa maupun penyajian materinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat adanya dorongan dan bantuan dari beberapa pihak, yang mana penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi.

Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. DR.Hj.Rahmatia,MA dan Dra.Nurhaena,MSI selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan waktu,tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Ayahanda alm Ir. Makke Sikong dan Hj.Hamdiyah Haman yang telah bersusah payah dalam membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan bantuan selama penulis menuntut ilmu sampai menyelesaikan skripsi ini.
3. DR.Muhammad Jusni,M.Si yang telah banyak memberikan banyak bantuan.
4. Segenap sahabat yang telah banyak memberikan masukan yang positif

Sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada skripsi ini karena sebagaimana fitrah manusia, tak akan lepas dari segala kekurangan dan ketidaksempurnaan,jadi jangan menyerah, semoga Allah S.W.T memberkati kita semua Amin.

Makassar, 27 September 2009

PENULIS

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Masalah Pokok.....	3
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Kredit.....	5
2.2 Tujuan Pemberian Kredit.....	8
2.3 Jenis-Jenis Kredit.....	11
2.4 Tingkat Bunga.....	19
2.5 Harga.....	20
2.6 Pendapatan.....	21
2.7 Fungsi Permintaan.....	21
2.8 Tinjauan Empiris.....	30
2.9 Hipotesis.....	32



### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Kerangka Konseptual.....	33
3.2 Daerah Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Metode Analisis.....	35
3.5 Definisi Operasional.....	37

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Kota Makassar.....	38
4.2 Perkembangan Permintaan Kredit Kepemilikan Mobil Di Kota Makassar.....	45
4.3 Perkembangan Harga Mobil Daihatsu Xenia Di Kota Makassar.....	46
4.4 Perkembangan Pendapatan Perkapita di Kota Makassar.....	49
4.5 Pengaruh Harga Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Permintaan Kredit Kepemilikan Mobil Di Kota Makassar....	50

### **BAB V. PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	56

<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>58</b>
-----------------------	-----------

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akhir-akhir ini menimbulkan makin kompleksnya sektor kelembagaan ekonomi dan inovasi ekonomi yang diciptakan. Peran serta lembaga keuangan baik perbankan maupun non perbankan sangat dibutuhkan terutama yang berkaitan langsung dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat ini, maka berbagai cara yang harus ditempuh oleh pemerintah salah satu diantaranya adalah dengan memberikan kredit agar supaya masyarakat mampu meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha inilah yang nantinya akan berdampak dalam peningkatan penyediaan prasarana usaha mereka. Salah satu diantaranya adalah dengan penyediaan mobil baik secara pribadi maupun mobil milik perusahaan.

Kenyataan yang ada sekarang bahwa untuk mendapatkan mobil ini pada umumnya dapat diperoleh melalui pembelian secara kredit. Disinilah nampak peranan bank untuk membuat terobosan baru di dalam usaha untuk memenuhi keinginan masyarakat dengan cara menerbitkan produk Kredit Pemilikan Mobil.

Untuk menghidupkan kembali permintaan kredit khususnya KPM (Kredit Pemilikan Mobil) perlu adanya bantuan dana dari lembaga keuangan. Bank sebagai lembaga keuangan memegang peranan penting dalam melaksanakan kegiatan

ini. Karena dengan dana yang diberikan bank, maka dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendapatkan Kredit Pemilikan Mobil (KPM).

Selama tiga tahun terakhir ini, minat masyarakat atas permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) cukup tinggi, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: tingkat suku bunga yang stabil dan tingkat pendapatan masyarakat yang makin meningkat. Untuk meningkatkan penyaluran kredit berdasarkan Surat Utang Pemerintah (SUP) 005, maka bank mengeluarkan produk baru diantaranya adalah Kredit Pemilikan Mobil (KMP).

Walaupun bank sudah melakukan sosialisasi tentang produk KPM ini, masih ada masyarakat yang belum mengetahui dan belum bisa mendapatkan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) bank tersebut.

Analisa permintaan terhadap kredit dapat memberikan jawaban yang memadai karena kajian ini diarahkan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit. Untuk melihat Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di kota Makassar selama tiga tahun terakhir ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.1**

**Data Kredit Pemilikan Mobil di Kota Makassar Tahun 2005-2007**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kredit Kepemilikan Mobil</b>	<b>Prosentase</b>
2005	500.905	29,97
2006	543.714	32,53
2007	626.750	37,50

Sumber: BNI Kota Makassar.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAN KREDIT PEMILIKAN MOBIL DI KOTA MAKASSAR “.**

## **1.2 Masalah Pokok**

Adapun yang merupakan masalah pokok dalam penelitian ini adalah :  
“Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota Makassar”.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota Makassar.



### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang factor yang mempengaruhi permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM).
- b. Dapat menjadi bahan acuan dan pedoman bagi lembaga perbankan dalam penentuan kebijakan penyaluran kredit yang efektif.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Kredit

Perkataan kredit berasal dari Bahasa Romawi, yaitu *Credere* yang berarti percaya, Belanda *Vertrouwen*, dan Inggris *Trust*. Dari perkataan kredit tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa seorang yang memperoleh kredit atas dasar adanya kepercayaan terhadap permohonan memenuhi kewajibannya. Perkataan kredit sekarang ini sudah sangat dikenal luas di dalam kehidupan masyarakat, hal ini disebabkan karena sudah begitu banyaknya barang-barang yang beredar dipasaran yang boleh diperoleh dengan fasilitas kredit.

Bila kita melihat dari kacamata ekonomi, maka kredit itu diartikan sebagai penundaan sementara dari prestasi yang diterima sekarang baik dalam bentuk barang, uang maupun jasa. Dalam kenyataan praktek sehari-hari pengertian kredit berkembang lebih luas lagi sebagai kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayarannya akan dilakukan dengan cara ditangguhkan pada suatu jangka waktu yang telah disepakati. Dengan demikian kredit dapat pula berarti bahwapihak kesatu yang bisa disebut dengan kreditur memberikan prestasi sedangkan pihak kedua atau yang biasa disebut dengan debitur memberikan kontraprestasi dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya.

Pengertian kreditur sebagai pemberi pinjaman tidak hanya terbatas pada orang perorangan saja tetapi juga meliputi lembaga-lembaga keuangan yang lainnya

seperti Bank. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dalam Pasal 1 memberikan suatu pengertian bahwa yang dimaksud Bank adalah: "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak".

Indonesia dalam praktek perkreditan keuangan Bank yang paling banyak diminati dan dipergunakan oleh masyarakat untuk memperoleh pinjaman atau kredit jika dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan bukan Bank, hal itu disebabkan karena Bank memberikan pinjaman dengan bunga yang lebih rendah serta lebih aman dan ada fasilitas-fasilitasnya. Bank memberikan pinjaman kepada debitur dengan syarat-syarat yang telah disepakati

Menurut Hadiwijaya (1997:21) Bahwa: "Kredit adalah sebagai dasar dari setiap perikatan di mana seseorang berhak menuntut sesuatu dari orang lain".

Selanjutnya Suyanto (1990:11) mengatakan: "Kredit adalah menyerahkan sejumlah uang secara suka rela untuk dipergunakan secara bebas oleh penerima kredit. Penerima kredit berhak mempergunakan pinjaman itu untuk keuntungannya dengan kewajiban mengembalikan pinjaman itu dibelakang hari".

Sedangkan pengertian kredit menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Bab I Pasal 1 dikatakan sebagai berikut:

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat disamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jaminan bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan".

Dari pengertian di atas nampak, bahwa kredit tidak lain dari pada pemberian uang kepada seseorang dengan suatu perjanjian untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan mendapatkan bunga sebagai imbalan.

Unsur-unsur yang terdapat dalam kredit dapat dilihat dalam empat unsur sebagai berikut:

### **1. Kepercayaan**

Kepercayaan yaitu suatu keyakinan dari pemberi kepada (kreditur) bahwa prestasi berupa uang yang telah diberikan kredit penerima kredit (debitur) akan dipergunakan dengan sebaik-baiknya sehingga debitur dapat mengembalikan kredit yang telah diambilnya sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati bersama.

### **2. Waktu**

Waktu, yaitu jangka waktu yang memisahkan atau yang biasa disebut dengan tenggang waktu antara pemberian kredit dengan pengembalian kredit (kontraprestasi) yang akan diterima pada masa yang akan datang.

### **3. Resiko**

Tingkat resiko yang dapat terjadi sebagai akibat dari adanya tenggang waktu yang memisahkan antara pemberian kredit dengan pengembaliannya yang akan diterima dikemudian hari. Semakin lama selisih tenggang waktu antara pemberian dengan pengembalian kredit berarti semakin besar pula resiko yang dapat timbul dikemudian hari. Dengan adanya resiko yang dapat terjadi sewaktu-waktu tersebut, maka diperlukanlah suatu jaminan yang berfungsi sebagai alat pengaman apabila

dikemudian hari debitur tidak dapat memenuhi lagi segala persyaratan yang telah diperjanjikan khusus mengenai pembayaran kembali.

#### **4. Prestasi**

Prestasi dalam hubungannya dengan kredit adalah uang. Uang yang diberikan oleh Bank dalam hal ini bertindak sebagai kreditur tentu mempunyai suatu jaminan yang nantinya dapat menjamin akan kepastian pengembalian uang tersebut. Hal ini berarti bahwa dalam setiap pemberian fasilitas kredit debitur wajib menyerahkan suatu barang jaminan yang nilainya harus lebih besar dari nilai kredit yang diterima. Undang-undang mengharuskan adanya jaminan tersebut sebagai suatu langkah yang bersifat positif serta untuk kebaikan pihak Bank sendiri sebab apabila dikemudian hari debitur melakukan ingkar janji, maka jaminan tersebut dapat dieksekusi sebagai pengganti dari ketidaksanggupan lagi debitur untuk melunasi hutang-hutangnya.

#### **2.2 Tujuan Pemberian Kredit**

Bank adalah lembaga keuangan yang paling banyak menyalurkan kredit kepada masyarakat, maka tentu kita berfikir bahwa apakah tujuan yang utama dari Bank dalam hal memberikan kredit kepada masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan pada pasal 4 menyebutkan bahwa tujuan perbankan Indonesia adalah: "Menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak".

Proses kegiatan semacam ini akan mendorong perkembangan usaha Bank disatu pihak dan dilain pihak mendorong pengembangan usaha masyarakat secara keseluruhan sehingga pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Dengan demikian Bank pemerintah dalam hal pemberian kredit berperan sebagai *agent of development* . Tujuan dari pemberian kredit menurut Zaman (1987:15) yaitu:

1. Turut mensukseskan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan.
2. Meningkatkan aktivitas perusahaan agar dapat menjalankan fungsinya guna menjamin tercapainya kebutuhan-kebutuhan masyarakat.
3. Memperoleh laba agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin dan dapat memperluas usahanya.

Selain itu tujuan kredit dapat meliputi jangkauan yang lebih luas lagi baik bagi Bank sebagai pemberi kredit maupun debitur sebagai penerima kredit. Oleh karena itu sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Sinungan (1990:37) mengemukakan tujuan dari pemberian kredit adalah sebagai berikut:

#### **1. Dilihat Dari Segi Bank Sebagai Pemberian Kredit**

##### **a. *Profitability***

Yakni bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari pemberian kredit yang dalam hal ini adalah bunga kredit.

**b. *Safety***

Yakni tujuan untuk dapat terjaminnya keamanan atas prestasi atau fasilitas kredit yang diberikan sehingga tujuan *profitability* dapat tercapai secara maksimal.

**2. Dilihat Dari Kepentingan Si Penerima Kredit**

**a. *Profitability***

Yakni tujuan untuk dapat memperoleh keuntungan besarnya atas usaha yang dibiayai dengan fasilitas kredit Bank tersebut atau dapat terpenuhinya kebutuhan guna meningkatkan taraf hidupnya.

**b. *Responsibility***

Yakni tujuan untuk dapat memenuhi kewajibannya yaitu mengembalikan kredit yang sudah diterimanya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama maupun terhadap semua kewajibannya dalam rangka meningkatkan usaha.

**3. Dilihat Dari Segi Kepentingan Umum**

**a. *Productivity***

Yakni tujuan agar dicapai suatu peningkatan produktivitas secara menyeluruh atas kebutuhan manusia yang disertai dengan kelancaran peredaran barang-barang kebutuhan.

**b. *Utility***

Yaitu tujuan agar tercapai suatu peningkatan daya guna suatu barang atau uang sehingga dapat lebih dimanfaatkan bagi kehidupan.

c. *Socio-Economically*

Yaitu tujuan agar tercapai suatu peningkatan keadaan sosial ekonomi di dalam kehidupan masyarakat.

### 2.3 Jenis-Jenis Kredit

Sejalan dengan luasnya variasi jenis-jenis kegiatan usaha yang ada di dalam masyarakat, ternyata juga membawa pengaruh terhadap jenis-jenis kredit yang disediakan oleh sektor perbankan. Hal ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak perbankan agar dapat melayani kebutuhan dana dan sumber-sumber permodalan lainnya kepada para calon debitur sesuai dengan kebutuhan.

Jenis-jenis kredit yang ada dapat dibedakan menurut Wirasasmita (1991:16) sebagai berikut:

#### 1. Kredit Menurut Tujuan Penggunaannya

##### a. Kredit Konsumtif

Yaitu kredit yang dipergunakan untuk pembelian barang-barang atau jasa-jasa untuk memberikan kepuasan kebutuhan masyarakat secara langsung. Misalnya untuk membeli makanan, pakaian atau mungkin kendaraan yang kemudian dipergunakan secara konsumtif. Kredit semacam ini biasanya diambil oleh golongan berpenghasilan tetap. Bank-Bank pemerintah biasanya sedikit sekali menyalurkan kredit jenis ini.



## b. Kredit Produktif

Yaitu kredit yang dipergunakan untuk tujuan yang produktif, seperti yang dapat menimbulkan atau meningkatkan faedah atau kegunaan, baik faedah bentuk, faedah tempat, faedah waktu, maupun faedah pemilikan.

Kredit produktif ini terdiri dari :

- Kredit Investasi, yaitu kredit yang digunakan untuk pembelian barang-barang modal atau barang-barang tahan lama atau aktiva tetap misalnya: Tanah, bangunan, mesin-mesin, kendaraan, alat-alat berat dan sebagainya.
- Kredit Modal Kerja, yaitu kredit yang dipergunakan untuk membelanjai modal lancar yang biasa habis dalam satu atau beberapa proses produksi atau perputaran. Bantuan modal kerja yang diberikan digunakan nasabah untuk keperluan menutup biaya-biaya eksploitasi perusahaan secara luas, baik berupa pembelian bahan-bahan baku, bahan penolong maupun biaya produksi lainnya. Kredit ini pada dasarnya dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif, misalnya saja untuk barang dagangan, bahan baku, upah, overhead produksi dan sebagainya. Bank-bank pemerintah banyak sekali menaruh perhatiannya dan banyak menyalurkan kredit jenis ini.
- Kredit Likuiditas, kredit jenis ini tidak bertujuan konsumtif tetapi juga hampir tidak bertujuan produktif. Ia mempunyai tujuan untuk

membantu perusahaan yang sedang kesulitan likuiditas dalam memelihara likuiditas minimalnya. Kredit semacam ini sering diberikan Bank Sentral, sebagai bantuan kredit untuk mengatasi kekurangan likuiditas Bank yang pada saat itu Bank yang bersangkutan memiliki likuiditas di bawah ketentuan minimal yang berlaku.

Kredit produktif, khususnya kredit investasi dan kredit modal kerja berperan amat penting dalam pertumbuhan ekonomi, baik dinegara-negara berkembang maupun di negara-negara maju. Kredit investasi dapat diberikan Bank untuk keperluan perusahaan, rehabilitasi, modernisasi ataupun untuk pendirian perusahaan yang baru.

## **2. Kredit Menurut Jangka Waktu**

- a. Kredit Jangka Pendek, yaitu kredit yang diberikan Bank dengan jangka waktu pelunasan setinggi-tingginya selama satu tahun. Kredit semacam ini biasanya diberikan oleh Bank sebagai Kredit Modal Kerja, jadi maksudnya bukan untuk keperluan investasi.
- b. Kredit Jangka Menengah, yaitu kredit yang diberikan Bank dengan jangka waktu pelunasan setinggi-tingginya tiga tahun. Bank biasanya menyalurkan kredit jangka menengah untuk keperluan-keperluan modal kerja permanen atau investasi yang jumlahnya relatif kecil seperti alat kerja atau mesin-mesin ringan.

- c. Kredit Jangka Panjang, yaitu yang berumur maksimal lebih dari tiga tahun atau juga lebih dari lima tahun. Bank biasanya memberikan kredit jangka panjang untuk keperluan investasi seperti alat-alat berat, pendirian bangunan-bangunan kantor, pabrik, kendaraan pada perusahaan angkutan dan sebagainya.

### 3. Kredit Menurut Jaminannya

- a. *Secured Loans*, kredit hanya dapat diberikan kepada nasabah yang sanggup untuk menyediakan suatu jaminan pada waktu ingin memperoleh kredit dari Bank. Adapun jaminan-jaminan tersebut terdapat berbagai macam antara lain :
- Jaminan perorangan, merupakan jaminan atas kredit yang diberikan dengan jaminan seseorang atau badan sebagai pihak ketiga yang bertindak sebagai avalist (penggung jawab).
  - Jaminan kebendaan secara fisik, yaitu jaminan barang-barang bergerak misalnya: Mesin-mesin, kendaraan bermotor, meubelair, perhiasan, barang dagangan dan sebagainya. Barang-barang tidak bergerak misalnya: tanah dan bangunan, mesin-mesin berat, kapal dengan bobot tertentu dan lain-lain.
  - Jaminan kebendaan non fisik, misalnya: dengan surat – surat obligasi, hak tagih atau surat berharga lainnya.
- b. *Unsecured Loans*, yaitu kredit yang diberikan tanpa jaminan sama

sekali, artinya kredit tersebut diberikan semata-mata atas kepercayaan belaka sehingga tiada pengamannya sama sekali. Pemberian kredit semacam ini menjadi salah satu penyebab timbulnya kredit macet karena itu dalam praktek perkreditan di Indonesia sangat kurang Bank yang memberikan kredit tanpa disertai dengan jaminan.

#### **4. Kredit Menurut Cara Penggunaannya**

- a. Kredit Tunai, yaitu kredit yang penggunaannya dilakukan dengan tunai atau pemindahbukuan kedalam rekening debiturnya atau yang ditunjuk oleh debitur yang bersangkutan. Kredit bukan tunai, yaitu kredit yang tidak dibayarkan langsung pada saat perjanjian dibuat tetapi ada tenggang waktu dengan persyaratan tertentu seperti:
  - Garansi Bank, yaitu berupa kesediaan tertulis Bank penjamin untuk membayar kepada seseorang yang ditunjuk oleh pemohon jaminan Bank. Pada suatu saat bila ternyata si pemohon jaminan Bank tidak memenuhi kewajibannya kepada pihak yang ditunjuknya sebagai yang dijamin, maka barulah kredit tersebut berjalan. Bank garansi ini, jelas termasuk dalam kredit sehingga karena perlakuan Bank dalam proses pemberian jaminan itu adalah sama perlakuannya seperti dikala ia memberikan kredit.
  - *Letter of Credit (LC)*, yaitu surat yang dikeluarkan oleh Bank yang diminta oleh pembeli, surat pembukaan L/C untuk disampaikan

kepada penjual sebagai jaminan pembeli kepada penjual, sampai sejumlah harga barang yang dikirimkan kepada pembeli dan harus dibayar oleh pembeli. Bila dokumen-dokumen yang erat hubungannya dengan L/C, dan surat-surat lain yang bertalian dengan pengiriman barang seperti sertifikat dan lain-lainnya lengkap maka L/C itu dapat dicairkan. Dalam keadaan sehari-hari Bank harus menangani permintaan pembukaan L/C, perlakuan Bank itu sama.

- dengan proses pemberian kredit, bila pemintanya tidak melakukan seteron sepenuhnya.

#### **5. Kredit Menurut Cara Penarikannya dan Pembayaran Kembali**

- a. Kredit sekaligus, yaitu kredit yang dananya disediakan untuk ditarik oleh debitur dengan sekaligus baik diambil tunai maupun dengan cara pemindahbukuan. Dilihat dari pembayaran kembalinya terhadap kredit yang ditarik sekaligus itu terdapat dua cara yakni :
  - Kredit sekaligus yang pengembaliannya dilakukan dengan cara dicicil atau diangsur selama beberapa periode hingga lunas menurut perjanjian yang ditentukan.
  - Kredit yang diambil sekaligus dan pengembaliannyapun dilakukan sekaligus pula pada akhir perjanjian waktu kredit. Kredit semacam ini sangat cocok untuk keperluan modal kerja.

- b. Kredit Rekening Koran (R/K atau R/C), yaitu kredit yang penyediaan dana-dananya dan penarikannya dilakukan tidak sekaligus, melainkan berungkal dilakukan dengan pemindahbukuan atau melalui penarikan cek, bilyet, giro atau surat perintah pemindahbukuan lainnya. Penarikannya dapat dilakukan setiap waktu selama plafond kreditnya masih tersedia. Demikian pula penyetorannya oleh para debitur dapat dilakukan setiap saat bila dana yang ada padanya tidak diperlukannya. Semua tarikan dan penyetoran diperhitungkan dalam suatu kartu atas nama debitur yang bersangkutan sehingga saldo pinjamannya dapat diketahui setiap saat. Adapun perhitungan bunganya hanya diperhitungkan untuk jumlah-jumlah pinjaman yang dipergunakan saja oleh debitur yang bersangkutan. Karenanya dipandang banyak meringankan debitur, sehingga banyaklah pengusaha yang memilih kredit dengan perjanjian R/C ini seperti untuk keperluan perdagangan, perindustrian dan lain-lain.
- c. Kredit Bertahap, yaitu kredit yang penyediaan dananya atau penarikannya dilakukan bertahap, misalkan saja tahap pertama, tahap kedua tahap ketiga dan seterusnya. Kredit seperti ini biasanya diberikan untuk keperluan investasi yang pembelanjannya dilakukan bertahap dan memakan waktu yang cukup lama, misalkan pembangunan pabrik-pabrik, pembelian dan pemasangan mesin-mesin dan lain-lainnya.



- d. Kredit Berulang, yaitu kredit yang telah mengalami waktu atau masa transaksi selesai yang dapat digunakan untuk transaksi berikutnya dalam batas maksimum dan jangka waktu yang diperjanjikan. Dalam kenyataannya kredit jenis ini sama saja dengan kredit R/C hanya lebih terbatas dalam penarikan dan penyeteroran kembalinya saja. Kredit berulang ini sering diambil oleh perusahaan-perusahaan pemborong dan pedagang.
- e. Kredit Per-Transaksi, yaitu kredit yang hanya dipergunakan untuk membelanjai suatu transaksi dan hasil dari transaksi yang bersangkutan akan merupakan sumber pengembalian kredit tersebut. Nampaknya kredit jenis ini hampir sama dengan kredit berulang yang dipergunakan pula oleh para pemborong berulang kali, melainkan hanya untuk satu transaksi saja.

**6. Kredit Menurut Sumber Dananya**

- a. Kredit yang berasal dari tabungan masyarakat, yaitu pemberian kredit dilakukan karena adanya kelebihan dana masyarakat yang terbentuk dari kelebihan pendapatannya yang terkumpul melalui saving deposit seperti; deposito, tabungan dan sebagainya.

- b. Kredit yang berasal dari penciptaan uang baru, yaitu kredit yang diberikan dengan dana dari penambahan uang terhadap uang yang beredar atau yang telah ada. Kredit tersebut memberikan dampak penambahan daya beli baru yang bersumber kepada pencipta uang baru tersebut. Kredit semacam inilah yang biasanya menimbulkan gejolak inflasi bila tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah produksi.

#### **7. Kredit Menurut Negara Pemberiannya**

- a. Kredit dalam negeri, yaitu kredit yang diterima oleh peminjam dalam negeri yang dananya serta pemberi kreditnya berkedudukan di dalam negeri juga.
- b. Kredit luar negeri, yaitu kredit yang diberikan oleh orang asing baik pemerintah maupun swasta kepada peminjam di dalam negeri. Termasuk dalam golongan ini antara lain kredit dengan bantuan Bank Dunia.

#### **2.4 Tingkat Bunga**

Menurut Djohan (2000:30) bahwa: "Suku bunga adalah sewa yang dibayarkan per unit waktu".

Sri (2000:16) mengatakan bahwa: "Tingkat suku bunga adalah harga atas penggunaan uang atau sebagai sewa atas penggunaan uang dalam jangka waktu



tertentu. Harga atas penggunaan uang ini biasanya dinyatakan dalam persen dalam jangka waktu tertentu”.

Sedangkan menurut Muchdarsah (2000:34) bahwa: “Tingkat suku bunga adalah harga atau sewa dari uang untuk jangka waktu tertentu”.

## 2.5 Harga

Harga dipandang sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi permintaan kendaraan bermotor. Dengan demikian harga berperan terhadap sistem perekonomian sebab berpengaruh dalam hal alokasi faktor-faktor produksi, tingkat bunga yang tinggi akan menarik modal yang lebih besar dan sebagainya. Dalam menentukan harga barang banyak hal yang harus diperhatikan seperti: biaya dan laba yang diharapkan agar tidak menderita kerugian melainkan memperoleh laba yang optimal dalam setiap tahunnya. Biaya dan laba merupakan faktor intern, maka faktor lain seperti faktor ekstern juga harus diperhatikan seperti daya beli masyarakat.

Sedangkan definisi harga menurut Amstrong (1997:340) mengemukakan harga sebagai berikut:

“Harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa”.

Harga merupakan jumlah uang yang harus diterima oleh penjual akibat adanya penyerahan barang atau jasa kepada pihak pembeli. Dalam penetapan

harga suatu produk atau jasa, harus diperhitungkan keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan barang atau jasa tersebut. Definisi harga lainnya dikemukakan oleh Irawan (1998:241) adalah sebagai berikut:

“Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan jasa pelayanan”.

Harga merupakan kombinasi produk dan jasa pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli. Jadi penjual memberikan produk dan jasa pelayanan kepada pembeli, sedangkan pembeli memberikan sejumlah uang kepada penjual dan terjadi tukar menukar antara penjual dan pembeli.

## **2.6 Pendapatan**

Pendapatan meliputi semua sumber-sumber ekonomi yang diterima dari transaksi penjualan barang dan jasa pada pihak lain. Atau dengan kata lain pendapatan adalah hasil yang diperoleh seseorang atas hasil kerja yang dilakukan.

Sedangkan pendapatan perkapita adalah, hasil perolehan rata-rata penduduk secara keseluruhan. Untuk memperoleh pendapatan ini, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti: Usaha kerja yang dilakukan, tingkat prestasi dan lamanya bekerja.

## 2.7 Fungsi Permintaan

Dilihat dari kacamata ilmu ekonomi permintaan mempunyai pengertian yang sedikit berbeda dengan pengertian yang digunakan dalam percakapan sehari-hari. Menurut pengertian sehari-hari permintaan diartikan secara absolut yaitu jumlah barang yang dibutuhkan. Pengertian ini bertitik tolak bahwa manusia mempunyai kebutuhan atas dasar itulah kebutuhan individu tersebut mempunyai permintaan akan barang. Makin banyak penduduk suatu negara makin besar permintaan masyarakat akan sesuatu jenis barang.

Sehubungan dengan itu Sudarsono (1982:9) mengatakan : "Permintaan adalah kebutuhan barang dan jasa oleh setiap individu untuk dikonsumsi". Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa permintaan merupakan suatu hal yang seharusnya ada di dalam kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam mengenai konsumen kita perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas manusia itu sendiri dan juga kemampuan dalam menganalisis perilaku konsumen yang berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian berarti pula keberhasilan pengusaha, ahli pemasaran, pimpinan, tokoh dan pramuniaga dalam memasarkan suatu produk yang membawa kepuasan

kepada konsumen dan bagi ciri pribadinya. Ada beberapa teori tentang perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi sebagai berikut:

Budiyanto (2002:21) berpendapat bahwa:

“Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut”.

Mangkunegara (2000:46) mengungkapkan bahwa:

“Perilaku konsumen adalah kebiasaan membeli atau pola-pola perilaku konsumen masyarakat dalam kelompok-kelompok yang umum atau yang khusus”.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan barang-barang atau jasa ekonomis.

Permintaan terhadap suatu barang, dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti berikut ini.

### **1. Faktor Budaya**

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat kebiasaan dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas terhadap perilaku peran budaya, sub budaya dan kelas sosial sangatlah penting. Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Sub budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dan memiliki anggota dengan nilai-nilai, minat dan perilaku yang sempurna. Dimana masyarakat memiliki strata sosial yang berbentuk atau diukur berdasarkan penghasilan, pekerjaan, pendidikan dan tempat tinggal.

## **2. Faktor Sosial**

Permintaan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta peran dan status. Kelompok acuan, yaitu kelompok yang terdiri dari semua anggota kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok acuan memiliki pemimpin opini yaitu orang dalam komunikasi informal sehubungan dengan produk yang memberikan saran atau informasi tentang produk tertentu.

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi objek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Peranan dan status, posisi seseorang dalam tiap-tiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status

Promosi dari kelompok acuan ini sangat mempengaruhi terjadinya daya tarik atau minat dan ingin memiliki sangat tinggi karena didorong oleh rasa kebersamaan. Karena hal tersebut merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen atau pelanggan. Dalam hal ini kegiatan promosi yang dilakukan menitik beratkan pada usaha menciptakan kesadaran konsumen tentang barang yang diproduksi sampai akhirnya mereka melakukan pembelian. Jadi pada dasarnya setiap perusahaan yang ingin melakukan dan meningkatkan penjualan perlu mengadakan promosi dan jangan mengabaikan pembertahuan secara berkelompok merupakan

yang ditawarkan seperti mobil merek Xenia.

Namun dalam kelompok-kelompok ini juga dipengaruhi oleh faktor komunikasi yang dipengaruhi oleh kelompok untuk memberitahukan sesuatu dan mempengaruhi tingkah laku pelanggan mengenai manfaat dan nilai dari produksi yang dipengaruhi oleh kelompok untuk memberitahukan sesuatu dan komunikasi pemasaran, dalam marketing mix menuju pada semua bentuk

perhimpunan artis, kelompok pemuda, atlet dan organisasi kecil lainnya. merupakan kumpulan keluarga, kelompok atau organisasi tertentu, misalnya mempengaruhi sikap pendapat, norma dan perilaku konsumen. Kelompok antara ini kelompok acuan didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang

#### a. Kelompok Anutan (Small Reference Group)

dan status meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang.

hal potensial dalam melakukan promosi, karena informasi yang diterima melalui kelompoknya biasanya mengundang selera dan rasa ingin memiliki segera terhadap barang atau produk yang dipromosikan oleh kelompoknya.

Pengaruh kelompok acuan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompoknya.

#### **b. Keluarga**

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembeli.

Keluarga dapat berbentuk keluarga inti yang terdiri dari tokoh: ayah, ibu dan anak. Dapat pula berbentuk keluarga besar yang terdiri dari ayah, ibu, anak, kakak dan nenek serta warga keturunannya. Dalam menganalisis perilaku konsumen faktor keluarga dapat berperan sebagai berikut:

- Siapa pengambil inisiatif, yaitu siapa yang mempunyai inisiatif membeli, tetapi tidak melakukan proses pembelian, apakah tokoh ayah, ibu atau anak.
- Siapa memberi pengaruh, yaitu siapa yang mempengaruhi keputusan pembeli apakah tokoh ayah, ibu, dan anak.
- Siapa pengambil keputusan, yaitu siapa yang menentukan keputusan apa yang akan dibeli, bagaimana cara membelinya kapan dan dimana tempat membelinya, apakah tokoh ayah, ibu, anak, kakek dan nenek.
- Siapa yang melakukan pembelian, yaitu siapa yang akan menggunakan produk yang dibeli, apakah tokoh ayah, ibu, anak, kakek dan nenek.





Dalam keluarga biasanya yang mengambil kebijakan dan pengambilan keputusan adalah seorang kepala keluarga, yang hendak mengadakan transaksi atau pembelian biasanya seorang kepala keluarga mengambil keputusan final apakah barang dibeli atau tidak.

### 3. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut adalah usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Pekerjaan seorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang dan gaya hidup sangat berperan dalam menentukan pola perilaku pembelian konsumen.

#### a. Usia dan Tahap Daur Hidup

Orang membeli suatu barang dan jasa yang berubah-ubah selama hidupnya. Mereka makan makanan bayi pada waktu tahun - tahun awal kehidupannya, memerlukan makanan paling banyak pada waktu meningkat besar dan menjadi dewasa dan memerlukan diet khusus pada waktu menginjak usia lanjut. Selera orangpun dalam pakaian, perabot dan rekreasi berhubungan dengan usianya.

#### b. Pekerjaan

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Seorang pekerja kasar akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja dan kotak makanan. Para



pemasar mencoba mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerjaan atau jabatan yang dimiliki kecenderungan minat di atas rata-rata dalam produk

dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan diri dalam memproduksi produk yang dibutuhkan oleh sekelompok pekerjaan tertentu.

#### **c. Keadaan Ekonomi**

Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan milik kekayaan, kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap pengeluaran lawan menabung.

#### **d. Gaya Hidup**

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi berinteraksi dengan lingkungannya, gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial disatu pihak dan kepribadian dipihak lain. Jika kita mengetahui kelas sosial seseorang, kita dapat menyimpulkan segala sesuatu tentang kemungkinan perilakunya, meskipun kita dapat menyimpulkan segala sesuatu tentang kemungkinan perilakunya, tetapi tidak banyak tahu tentang aktivitas, minat dan opini sebenarnya. Gaya hidup mencoba menunjukkan rupa keseluruhan pola perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

#### 4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu: motivasi, dimana konsumen memiliki motif dan motivasi pembelian yang berbeda dan kompleks. Persepsi seseorang yaitu bagaimana seseorang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya pada situasi tertentu. Pengetahuan, sebagian besar perilaku manusia adalah belajar yang dihasilkan melalui perpaduan kerja dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan. Keyakinan dan sikap melalui bertindak dan belajar orang mendapatkan keyakinan dan sikap, hal ini mempengaruhi perilaku mereka.

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu yang memotivasinya untuk membeli. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak.

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang diadakannya cenderung kearah berbagai obyek atau ide. Sikap dapat diartikan pula sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan begitupula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk, merek dan pelayanan. Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau merek dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada

konsumen. Dengan demikian konsumen dapat membeli produk atau merek dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen.

## 2.8 Tinjauan Empiris

Yauri dalam penelitiannya dengan judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kredit Kepemilikan Motor di Jokjakarta, Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi UGM, (2000:31) hasil penelitiannya adalah : Faktor yang mempengaruhi kresit kepemilikan motor masyarrakat di Yakyakarta dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu : Faktor pendapatan, faktor harga dan faktor bunga.

Fransiska dengan judul : Prosedur Pemberian Kredit Pada Bank Rakyat Indonesia, Tbk Ahmad Yani Makassar, Skripsi Ekonomi Nitro (2001:26) hasil penelitiannya bahwa : Dapat diperoleh dengan melalui suatu prosedur seperti, mengajukan besarnya kredit, mendapat persetujuan dari bank, wawancara dengan pihak bank, dan menandatangani perjanjian kredit dengan pihak bank.

Melihat kenyataan yang ada sekarang ini menurut Sulaiman (1998:41) : bahwa untuk mendapatkan mobil ini pada umumnya dapat diperoleh melalui pembelian secara kredit. Disinilah nampak peranan bank untuk membuat terobosan baru di dalam usaha untuk memenuhi keinginan masyarakat dengan cara menerbitkan produk Kredit Pemilikan Mobil.

Lebih lanjut Sulaiman (1998:46) mengatakan bahwa: Permintaan kredit khususnya KPM (Kredit Pemilikan Mobil) perlu adanya bantuan dana dari lembaga

keuangan. Bank sebagai lembaga keuangan memegang peranan penting dalam melaksanakan kegiatan ini. Karena dengan dana yang diberikan bank, maka dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendapatkan kredit kepemilikan mobil.

Selama tiga tahun terakhir ini, minat masyarakat atas permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) cukup tinggi, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: tingkat suku bunga yang stabil dan tingkat pendapatan masyarakat yang memakai meningkat. Untuk meningkatkan penyaluran kredit berdasarkan Surat Utang Pemerintah (SUP) 005, maka bank mengeluarkan produk baru diantaranya adalah Kredit Kepemilikan Mobil.

## **2.9 Hipotesis**

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka dapat dikemukakan suatu hipotesis sebagai berikut: "Bahwa tingkat suku bunga, harga dan pendapatan akan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM)".

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Kerangka Konseptual

Permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) tidak luput dari pertumbuhan ekonomi, melihat perkembangan kegiatan dalam perekonomian, maka laju permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) khususnya di Kota Makassar akan semakin meningkat. Hal ini membuktikan bahwa permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

Dengan adanya Kredit Pemilikan Mobil (KPM) akan memudahkan dan mempercepat kegiatan ekonomi. Hal ini mengakibatkan permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Jadi kesimpulannya, bila pertumbuhan ekonomi meningkat, maka permintaan Kredit Pemilikan Mobil (PM) akan semakin meningkat.

Faktor yang mempengaruhi permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) yaitu: Harga, pendapatan dan suku bunga. Ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan permintaan jumlah Kredit Pemilikan Mobil (KPM), seperti tergambar pada bagan berikut ini.



### 3.2 Daerah penelitian

Dalam penulisan ini lokasi penelitian di fokuskan di Kota Makassar yaitu pada Kantor BPS dan Bank Negara Indonesia.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, maka dalam penulisan ini digunakan data sekunder terdiri dari data yang bersifat kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif meliputi data perkembangan permintaan terhadap Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota Makassar, sedangkan data kualitatif, yaitu dalam bentuk informasi seperti : observasi dan wawancara.

### 3.3.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Negara Indonesia.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Interview, yaitu wawancara yang dilakukan kepada pimpinan BNI Makassar menyangkut cara mendapatkan Kredit Kepemilikan Mobil.
2. Kuesioner, yaitu penulis menyebarkan pertanyaan kepada responden menyangkut permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM).

### 3.5 Metode Analisis

Untuk menganalisis sejauhmana pengaruh harga, suku bunga dan pendapatan perkapita terhadap Kredit Kepemilikan Mobil periode pengamatan, maka digunakan metode analisis "Regresi Berganda".

Secara matematika dapat dinyatakan dalam bentuk umum fungsi, dimana Permintaan Kredit Kepemilikan Mobil merupakan fungsi harga ( $X_1$ ), ( $X_2$ ) bunga dan pendapatan perkapita ( $X_3$ ), atau :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3) \dots \dots \dots (1)$$

Selanjutnya fungsi tersebut dapat dinyatakan dalam model analisis sebagai berikut:

$$\ln Y = \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + e \dots (2)$$

Dimana :

Y = Jumlah Permintaan Kkredit Kepemilikan Mobil

$\beta_0$  = Kostanta

$\beta_1 \beta_2$  = Koefisien variabel yang akan dihitung

X1 = Harga Mobil

X2 = Tingkat Bunga

X3 = Pendapatan Perkapita

e = Error term

Untuk menganalisis bagaimana dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat selama periode penelitian (1997-2006), maka perhitungan regresi dilakukan untuk mendapatkan nilai-nilai sebagai berikut :

Pertama : Mengidentifikasi data perkembangan jumlah Krdit Kepemilikan Mobil, harga mobil, tingkat bunga dan pendapatan perkapita per tahun selama periode penelitian (1997-2006).

Kedua : Menghitung koefisien regresi untuk  $\beta_1$ ,  $\beta_2$  dan  $\beta_3$

Ketiga : Mencari nilai-nilai sebagai berikut:

1. Menentukan uji-t untuk melihat hubungan antara variabel-variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat pada tingkat signifikansi 5%.



2. Mencari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.
3. Melakukan uji-F untuk menguji hubungan antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat pada tingkat signifikansi 5%.

### 3.4 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional yang digunakan untuk mendukung dan memberi arah dalam penelitian ini adalah :

1. Kredit Pemilikan Mobil (KPM), adalah permintaan kredit pada bank untuk pembelian sebuah mobil.
2. Harga mobil, adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sebuah mobil.
3. Bunga, adalah sewa dari modal yang diberikan oleh bank.
4. Pendapatan perkapita adalah, jumlah PDRB Kota Makassar/jumlah penduduk Kota Makassar.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Kota Makassar

##### 4.1.1 Keadaan Geografis Kota Makassar

Letak geografis Kota Makassar sangat strategis, dimana Kota Makassar merupakan salah satu pintu gerbang perniagaan. Dikatakan sebagai pintu gerbang perniagaan karena adanya sarana pelabuhan yang berkala besar yang mampu menampung kapal laut yang masuk ke Wilayah Kota Makassar dan adanya sarana Bandara Hasanuddin yang merupakan sarana transportasi udara. Dengan adanya sarana yang dapat menghubungkan Kota Makassar dengan kota lainnya di seluruh Indonesia akan sangat mendorong peningkatan perekonomian Kota Makassar yang akan dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Kota Makassar juga merupakan salah satu daerah yang tingkat pertumbuhan ekonominya sangat baik, dimana Kota Makassar merupakan salah satu daerah tujuan dan persinggahan barang dari daerah lain yang ada di Indonesia maupun dari luar negeri. Sebagai kota tujuan dan persinggahan barang tentunya akan sangat mendukung usaha dalam bidang usaha perdagangan yang akan menunjang pendapatan daerah kota Makassar. Dengan adanya penyediaan sarana pasar oleh pemerintah kota Makassar akan sangat mendorong animo masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli di pasar.

Berdasarkan letak astronomi Kota Makassar yang secara administratif merupakan ibukota Propinsi Sulawesi Selatan yang terletak dipantai barat pada kordinat  $119^{\circ} 24'17'38$  dan  $5^{\circ}8'6'19$  lintang selatan. Berdasarkan letak administratif, kota Makassar terletak dibagian barat pulau Sulawesi yang berbatasan antara :

1. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Gowa
2. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Maros
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Maros
4. Sebelah barat berbatasan dengan selat Makassar.

Wilayah ini secara administratif terdiri dari 14 kecamatan yang meliputi 143 kelurahan dengan luas  $173,77 \text{ km}^2$ . Secara morfologis kota Makassar terletak di daerah pantai yang memanjang pada bagian barat dan utara kota yang salah satunya berpotensi perikanan. Pada daratan rendah mulai dari tepi utara sebelah barat dan melebar ke timur sejauh lebih dari 20 km, memanjang dari ke selatan ke utara merupakan daerah-daerah pengembangan pemukiman, perkotaan, perkantoran, pendidikan dan bahkan pengembangan kawasan industri. Kota Makassar merupakan kota pesisir yang keadaan wilayah datar.

#### **4.1.2 Keadaan Penduduk Kota Makassar**

Kota Makassar merupakan salah satu kota yang padat penduduknya. Kepadatan penduduk Kota Makassar disebabkan karena kota Makassar merupakan salah satu pusat perdagangan di Kawasan Timur Indonesia dan merupakan salah satu kota pendidikan, di mana setiap tahun banyak masyarakat dari daerah yang ada di

wilayah Sulawesi Selatan maupun dari luar Propinsi Sulawesi Selatan yang akan melanjutkan pendidikannya di kota Makassar.

Keadaan penduduk kota Makassar merupakan penduduk yang majemuk, dimana penduduk kota Makassar terdiri dari masyarakat berbagai suku bangsa yang ada di Indonesia. Sebagai penduduk yang terdiri dari berbagai suku bangsa, tentunya penduduk kota Makassar terdiri dari berbagai karakter yang berbeda, namun demikian dengan adanya perbedaan tersebut akan sangat memperkuat perkembangan kota Makassar.

Penduduk kota Makassar yang pada tahun 2006 tercatat sebanyak 1.145.406 jiwa, tersebar pada 14 kecamatan. Daerah dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Tamalate sebanyak 138.594 jiwa, diikuti Kecamatan Rappocini 131.951 jiwa dan Panakukang 126.109 jiwa. Besarnya jumlah penduduk di tiga kecamatan tersebut dimungkinkan karena wilayahnya luas dan juga merupakan wilayah pengembangan kota.

Sebaliknya kecamatan dengan jumlah penduduk relatif paling sedikit adalah masing-masing: Kecamatan Ujung Pandang 26.917 jiwa, Wajo sebanyak 32.186 jiwa dan Ujung Tanah sebanyak 44.556 jiwa. Relatif kecilnya jumlah penduduk di kecamatan ini disebabkan karena daya dukung wilayah hunian yang sempit dan padat yang tidak memungkinkan pengembangan. Wilayah kecamatan tersebut adalah pusat perbelanjaan, pelayanan dan jasa serta berbagai bangunan infrastruktur pemerintah kota Makassar.

**Tabel 4.1**  
**Prosentase Penduduk Kota Makassar Menurut Kecamatan**  
**Tahun 2006**

No.	Kecamatan	Penduduk	Prosentase
1.	Mariso	51.314	4,48
2.	Mamajang	56.239	4,91
3.	Tamalate	138.594	12,10
4.	Rappocini	131.951	11,52
5.	Makassar	78.346	6,84
6.	Ujung Pandang	26.917	2,35
7.	Wajo	32.186	2,81
8.	Bontoala	53.949	4,71
9.	Tallo	44.556	3,89
10.	Ujung Tanah	123.131	10,75
11.	Panakukang	126.109	11,01
12.	Manggala	87.967	7,68
13.	Biringkanaya	112.250	9,80
14.	Tamalate	81.897	7,15
	Jumlah	1.145.406	100

Sumber: BPS Kota Makassar, Tahun 2007.

Jika dilihat tingkat kepadatan penduduk, tampak bahwa kecamatan dengan jumlah penduduk besar ternyata kepadatannya relatif lebih rendah, yaitu di kecamatan Biringkanaya sekitar 2,328 jiwa/km dan tamalate 6.858 jiwa/km.

**Tabel 4.2**  
**Prosentase Kepadatan Penduduk/Km Kota Makassar Menurut Kecamatan**  
**Tahun 2006**

No.	Kecamatan	Luas	Kepadatan (Jiwa/km)
1.	Mariso	1,82	28,195
2.	Mamajang	2,25	24,995
3.	Tamalate	20,21	6,858
4.	Rappocini	9,23	14,296
5.	Makassar	2,52	31,090
6.	Ujung Pandang	2,63	10,235
7.	Wajo	1,99	16,174
8.	Bontoala	2,10	25,690
9.	Tallo	5,94	7,501
10.	Ujung Tanah	5,83	21,120
11.	Panakukang	17,05	7,396
12.	Manggala	24,14	3,644
13.	Biringkanaya	48,22	2,328
14.	Tamalate	31,84	2,572
	Jumlah	175,77	6,517

Sumber: BPS Kota Makassar, Tahun 2007.

#### **4.1.3 Pertumbuhan Penduduk Kota Makassar**

Pertumbuhan penduduk kota Makassar sangat pesat, hal tersebut didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang dilakukan oleh pemerintah kota Makassar. Pertumbuhan jumlah penduduk Makassar tentunya setiap tahun mengalami peningkatan karena adanya perpindahan penduduk dari daerah yang ada di Propinsi Sulawesi Selatan maupun penduduk yang berasal dari daerah di luar Propinsi Sulawesi Selatan.

Pertumbuhan jumlah penduduk kota Makassar disebabkan karena kota Makassar yang merupakan kota Metropolitan menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satu yang disediakan oleh pemerintah Kota Makassar adalah tersedianya berbagai pasar yang tersebar diseluruh kota Makassar yang merupakan sarana transaksi jual beli antara pembeli dan penjual yang akan menunjang tingkat pendapatan asli daerah.

#### **4.1.4 Perkembangan Ekonomi Daerah**

Dengan semakin pesatnya jumlah penduduk Kota Makassar, tentunya akan mendukung perkembangan ekonomi daerah, sebab banyak pelaku ekonomi dari berbagai daerah yang melakukan kegiatan usaha di kota Makassar. Para pengusaha melakukan kegiatan usaha di kota Makassar karena melihat kota Makassar merupakan kota yang sangat prospektif untuk mengembangkan usaha mereka.

Dengan masuknya berbagai pengusaha di kota Makassar akan sangat mendorong tingkat perkembangan ekonomi daerah. Selain masuknya berbagai



#### **4.1.3 Pertumbuhan Penduduk Kota Makassar**

Pertumbuhan penduduk kota Makassar sangat pesat, hal tersebut didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang dilakukan oleh pemerintah kota Makassar. Pertumbuhan jumlah penduduk Makassar tentunya setiap tahun mengalami peningkatan karena adanya perpindahan penduduk dari daerah yang ada di Propinsi Sulawesi Selatan maupun penduduk yang berasal dari daerah di luar Propinsi Sulawesi Selatan.

Pertumbuhan jumlah penduduk kota Makassar disebabkan karena kota Makassar yang merupakan kota Metropolitan menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satu yang disediakan oleh pemerintah Kota Makassar adalah tersedianya berbagai pasar yang tersebar diseluruh kota Makassar yang merupakan sarana transaksi jual beli antara pembeli dan penjual yang akan menunjang tingkat pendapatan asli daerah.

#### **4.1.4 Perkembangan Ekonomi Daerah**

Dengan semakin pesatnya jumlah penduduk Kota Makassar, tentunya akan mendukung perkembangan ekonomi daerah, sebab banyak pelaku ekonomi dari berbagai daerah yang melakukan kegiatan usaha di kota Makassar. Para pengusaha melakukan kegiatan usaha di kota Makassar karena melihat kota Makassar merupakan kota yang sangat prospektif untuk mengembangkan usaha mereka.

Dengan masuknya berbagai pengusaha di kota Makassar akan sangat mendorong tingkat perkembangan ekonomi daerah. Selain masuknya berbagai



investor di kota Makassar cukup pesat, juga didukung oleh jumlah penduduk Kota Makassar yang mengalami peningkatan setiap tahun.

**Tabel 4.3**

**Produk Domestik Regional Bruto di Kota Makassar**

**Tahun 1997-2006 (Dalam Jutaan Rupiah)**

No.	Tahun	P D R B ( Rp )	Laju Pertumbuhan ( Persen )
1.	1997	8.088.147,10	-
2.	1998	8.757.920,73	8,27
3.	1999	9.485.863,15	8,32
4.	2000	9.893.420,13	4,30
5.	2001	9.366.229,27	(5,33)
6.	2002	9.631.075,64	2,83
7.	2003	10.101.947,63	4,89
8.	2004	10.603.661,79	4,97
9.	2005	11.092.995,72	4,61
10.	2006	11.690.525,15	5,93
Rata-rata			3,87

Sumber : BPS Sulawesi Selatan PDRB Kota Makassar  
Indikator Ekonomi Sulawesi Selatan 1997-2006

Pada Tabel 4.3 terlihat perkembangan PDRB ( Produk Domestik Regional Bruto) cenderung mengalami fluktuasi dari tahun 1997-2007. Pada Tahun 1997 nilai PDRB sebesar Rp 8.088.147,10 sedangkan pada tahun 1998 Produk Domestik Regional Bruto mengalami peningkatan atau meningkat sebesar 8,27 persen. Pada Tahun 1999 PDRB kembali mengalami peningkatan sebesar Rp 9.485.863,15 atau meningkat sebesar 8,32 persen, pertumbuhan ini disebabkan karena meningkatnya investor. Pada tahun 2000 PDRB tetap mengalami peningkatan sebesar Rp 9.893.420,13 atau meningkat sebesar 4,30 persen. Dan pada tahun 2001 PDRB

mengalami penurunan, sehingga nilai PDRB menjadi Rp 9.366.229,27 atau menurun sebesar -5,33 persen, penurunan ini disebabkan jumlah penduduk terlalu besar. Pada tahun 2002 PDRB kembali mengalami peningkatan sebesar Rp 9.361.075,64 atau meningkat sebesar 2,83 persen.

Pada tahun 2003 PDRB mengalami peningkatan sebesar Rp 10.101.947,63 atau meningkat sebesar 4,89 persen dan pada tahun 2004 PDRB tetap mengalami peningkatan sebesar Rp 10.603.661,79 atau meningkat sebesar 4,97 persen. Pada tahun 2005 PDRB masih tetap mengalami peningkatan sebesar Rp 11.092.995,72 atau meningkat sebesar 4,61 persen dan pada tahun 2006 PDRB tetap mengalami peningkatan sebesar Rp 11.690.525,15 atau meningkat sebesar 5,93 persen.

#### **4.2 Perkembangan Permintaan Kredit Kepemilikan Mobil di Kota Makassar**

Apabila dilihat perkembangan permintaan Kredit Kepemilikan Mobil di Kota Makassar, maka kecenderungannya mengalami peningkatan, hal ini disebabkan karena daya beli masyarakat cukup tinggi. Tingginya daya beli masyarakat ini tidak lain karena harga mobil dapat dijangkau, pendapatan masyarakat tinggi dan adanya pembelian secara kredit dalam jangka waktu 1 sampai 5 tahun, sedangkan tingkat suku bunga berfluktuasi. Permintaan Kredit Kepemilikan Mobil yang dimaksud dalam penulisan skripsi ini adalah Kredit Kepemilikan Mobil yaitu: Daihatsu Xenia.

Perkembangan jenis permintaan Kredit Kepemilikan Mobil jenis Daihatsu Xenia di Kota Makassar dari tahun 1997 sampai tahun 2006 mengalami perkembangan dari tahun ketahun. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

suatu indikasi bahwa masyarakat Kota Makassar masih menaruh minat untuk memiliki mobil Daihatsu Xenia.

Berikut ini akan disajikan data mengenai harga jual sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan permintaan mobil Daihatsu Xenia di Kota Makassar, untuk jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut.

**Tabel 4.5**  
**Perkembangan Harga Mobil Daihatsu Xenia Di Kota Makassar**  
**Tahun 1997 – 2006**

Tahun	Harga Mobil Daihatsu Xenia (Rp)	Prosentase
1997	89.450.000	-
1998	95.950.000	93,23
1999	100.850.000	95,14
2000	104.900.000	96,14
2001	107.000.000	98,04
2002	109.000.000	98,17
2003	109.200.000	99,82
2004	113.500.000	96,21
2005	115.600.000	98,18
2006	117.850.000	98,09

Sumber: BPS Kota Makassar Tahun 2007.

Dari tabel tersebut di atas dapat diperoleh gambaran bahwa harga mobil Daihatsu Xenia dari tahun 1997 sampai tahun 2006 mengalami perkembangan

yang sangat signifikan, perubahan harga ini terjadi seiring dengan fluktuasi ekonomi nasional termasuk Kota Makassar.

Berikut ini akan disajikan data mengenai tingkat suku bunga I sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan permintaan mobil Daihatsu Xenia di Kota Makassar, untuk jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut.

**Tabel 4.6**  
**Tingkat Suku Bunga Mobil Daihatsu Xenia Di Kota Makassar**  
**Tahun 1997 – 2006**

Tahun	Tingkat Suku Bunga (%) (Rp)
1997	7,5
1998	7,5
1999	8,0
2000	8,3
2001	8,5
2002	8,5
2003	8,7
2004	9,2
2005	9,3
2006	9,9

Sumber: BNI Kota Makassar Tahun 2007.

Dari tabel tersebut di atas dapat diperoleh gambaran bahwa tingkat suku bunga mobil Daihatsu Xenia dari tahun 1997 sampai tahun 2006 mengalami perkembangan yang sangat signifikan, perubahan tingkat suku bunga ini terjadi

seiring dengan fluktuasi ekonomi nasional termasuk Kota Makassar.

#### **4.4 Perkembangan Pendapatan Perkapita di Kota Makassar**

Pendapatan perkapita adalah pendapatan yang diperoleh keseluruhan masyarakat Kota Makassar dibagi jumlah penduduk secara keseluruhan.

Perkembangan pendapatan perkapita di Sulawesi Selatan tahun 1997-2006 mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal ini disebabkan karena aktivitas masyarakat Sulawesi Selatan meningkat sehingga mendorong peningkatan kegiatan perekonomian. Dengan meningkatnya kegiatan perekonomian tersebut, maka secara langsung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berikut akan disajikan data pendapatan perkapita Kota Makassar Tahun 1997 sampai tahun 2006, untuk jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4 7**  
**Perkembangan Pendapatan Perkapita di Kota Makassar**  
**Tahun 1997 – 2006 (Dalam Jutaan Rupiah)**

Tahun	Pendapatan Perkapita (Rp)	Prosentase
1997	900.144	-
1998	1.200.800	74,96
1999	1.700.801	70,60
2000	1.810.080	93,96
2001	1.830.300	98,90
2002	1.870.275	97,86
2003	1.930.400	96,89
2004	2.050.000	94,17
2005	2.170.200	94,46
2006	2.350.170	92,34

Sumber: BPS Kota Makassar Tahun 2006.

Dari tabel tersebut di atas dapat diperoleh gambaran pendapatan perkapitan di Kota Makassar dari tahun 1997 sampai tahun 2006 setiap tahunnya mengalami perkembangan. Perkembangan paling signifikan terjadi pada tahun 1998 sebesar 74,96 % kemudian pada tahun 2006 sebesar 92,34%.

#### **4.5 Pengaruh Harga, Pendapatan Perkapita Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Permintaan Kredit Pemilikan Mobil Xenia Di Kota Makassar**

Analisis regresi linear berganda bertujuan melihat hubungan antara variabel independen (bebas) dalam hal ini X terhadap variabel dependen (terikat)

dalam hal ini Y. Variabel dependen yang dimaksudkan dalam pembahasan ini adalah jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota makassar dari tahun 1997 sampai tahun 2006, sedangkan variabel independen adalah Harga (X1), Pendapatan (X2) dan Tingkat Suku Bunga (X3).

Untuk menganalisis hubungan antara jumlah permintaan Kredit Kepemilikan Mobil di Kota makassar tahun 1997-2006 (Y) dengan variabel-variabel bebas (X), yang mempengaruhi harga dan pendapatan di atas dapat digunakan data Tabel: 4.1, 4.2 dan 4.3 yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Jumlah Permintaan Kredit Pemilikan Mobil Daihatsu Xenia, Harga dan**  
**Pendapatan Perkapita Kota Makassar Tahun 1997-2006**

Tahun	Jumlah Permintaan Kredit Kepemilikan Mobil (Y)	Harga (X <sub>1</sub> )	Pendapatan Perkapita (X <sub>2</sub> )
1997	286.726	89.450.000	900.144
1998	311.161	95.950.000	1.200.800
1999	317.998	100.850.000	1.700.801
2000	351.296	104.900.000	1.810.080
2001	377.559	107.000.000	1.830.300
2002	379.397	109.000.000	1.870.275
2003	785.435	109.200.000	1.930.400
2004	500.905	113.500.000	2.050.000
2005	543.714	115.600.000	2.170.200
2006	826.750	117.850.000	2.350.170

Sumber: BPS Sulawesi Selatan Tahun 2007.

Berdasarkan data dari Tabel 4.8 diatas, kemudian penulis melakukan pengolahan data komputer dengan menggunakan program SPSS, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini.



**Tabel 4.9**  
**Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda**

No.	Variabel Bebas	Koefisien Regresi
	Harga	-0,000125
	Pendapatan	0,09074
	Tingkat suku bunga	0,00525
	Konstan	118342,99

Sumber: Hasil Data Diolah.

Hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan hasil sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 118342,99 - 0,000125 X_1 + 0,09074 X_2 + 0,00525 X_3$$

(-0,002)      (3,652)      (0,005)

$$R^2 = 0,593$$

$$R = 0,770$$

Nilai T Hitung = Angka yang berada dalam kurung

Nilai F Hitung = 7,643

Nilai T Tabel = 1,943

Nilai F Tabel = 4,76

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis tersebut dapat dilihat bahwa pada periode tahun 1997 -2006 menunjukkan bahwa variabel harga tidak menunjukkan hubungan yang sesuai dengan harapan yang diajukan dalam Hipotesis, namun variabel pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan.

Untuk lebih jelasnya, variabel harga ( $X_1$ ) menunjukkan koefisien sebesar (-0,000125), artinya jika tingkat harga naik sebesar Rp.1 ini menunjukkan turunnya permintaan sebesar Rp.-0,000125 dengan asumsi variabel lain konstan.

Kemudian untuk variabel pendapatan perkapita ( $X_2$ ) menunjukkan hubungan yang positif terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien sebesar (0,09074). Angka ini berarti bahwa setiap kenaikan pendapatan sebesar Rp.1 maka akan mengakibatkan naiknya tingkat permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) sebesar 0,09074 persen dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan.

Sedangkan untuk variabel tingkat suku bunga ( $X_3$ ) juga menunjukkan hubungan positif terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien sebesar (0,00525). Angka ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat suku bunga sebesar Rp.1 maka akan mengakibatkan naiknya tingkat permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) sebesar 0,00525 persen dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan. Alasan karena pendapatan masyarakat meningkat sehingga minat masyarakat untuk memiliki mobil juga mengalami peningkatan.

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat signifikan tidaknya variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu harga terhadap variabel terikat ( $Y$ ) yaitu jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM), maka dilakukan uji t. Hasil pengujian pada uji t dengan tingkat kepercayaan 5 persen (0,05) dengan nilai t hitung adalah - 0,002 sedangkan tabel adalah 1,943 keadaan ini menunjukkan t tabel lebih besar daripada t hitung, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) selama periode penelitian 1997-2006.

Untuk lebih jelasnya, variabel harga ( $X_1$ ) menunjukkan koefisien sebesar (-0,000125), artinya jika tingkat harga naik sebesar Rp.1 ini menunjukkan turunnya permintaan sebesar Rp.-0,000125 dengan asumsi variabel lain konstan.

Kemudian untuk variabel pendapatan perkapita ( $X_2$ ) menunjukkan hubungan yang positif terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien sebesar (0,09074). Angka ini berarti bahwa setiap kenaikan pendapatan sebesar Rp.1 maka akan mengakibatkan naiknya tingkat permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) sebesar 0,09074 persen dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan.

Sedangkan untuk variabel tingkat suku bunga ( $X_3$ ) juga menunjukkan hubungan positif terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien sebesar (0,00525). Angka ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat suku bunga sebesar Rp.1 maka akan mengakibatkan naiknya tingkat permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) sebesar 0,00525 persen dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan. Alasan karena pendapatan masyarakat meningkat sehingga minat masyarakat untuk memiliki mobil juga mengalami peningkatan.

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat signifikan tidaknya variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu harga terhadap variabel terikat ( $Y$ ) yaitu jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM), maka dilakukan uji t. Hasil pengujian pada uji t dengan tingkat kepercayaan 5 persen (0,05) dengan nilai t hitung adalah - 0,002 sedangkan tabel adalah 1,943 keadaan ini menunjukkan t tabel lebih besar daripada t hitung, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) selama periode penelitian 1997-2006.

Untuk melihat signifikan tidaknya variabel bebas ( $X_2$ ) yaitu pendapatan perkapita dapat dilihat pada hasil pengujian uji t. Hasil pengujian dengan tingkat kepercayaan 5 persen (0,05) dengan nilai t hitung sebesar 3,652 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,943 keadaan ini menunjukkan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel sehingga dapat dikatakan bahwa permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) mempunyai pengaruh yang signifikan atau positif terhadap Tingkat jumlah permintaan mobil Daihatsu Xenia.

Selanjutnya untuk menguji pengaruh harga dan pendapatan perkapita secara simultan (secara keseluruhan), maka dapat dilakukan analisis uji F. Hasil uji F pada olah data regresi berganda menunjukkan nilai F hitung adalah sebesar 7,643 sedangkan F tabel 4,76. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa nilai F hitung lebih kecil dari pada nilai F tabel sehingga secara simultan variabel bebas harga dan pendapatan perkapita mempunyai pengaruh yang nyata atau signifikan terhadap jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota Makassar selama periode penelitian 1997-2006, sedangkan variabel bebas harga mobil tidak mempunyai pengaruh yang nyata atau signifikan terhadap jumlah permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota Makassar, karena kemampuan masyarakat untuk membeli tersebut tidak dapat dijangkau.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka penulis akan menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan mengenai perkembangan permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) selama 10 tahun 1997 sampai dengan tahun 2006 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) di Kota Makassar, rata-rata pertumbuhan selama 10 tahun adalah 2,30%, hal ini disebabkan oleh peningkatan pertumbuhan ekonomi di Kota Makassar.
2. Tingkat suku bunga sangat berpengaruh terhadap Kredit Pemilikan Mobil (KPM), di mana lebih rendah suku bunga, maka tingkat permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) semakin tinggi.
3. Kredit Kepemilikan Mobil sangat berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat, di mana, semakin tinggi pendapatan masyarakat, maka semakin tinggi pula permintaan Kredit Pemilikan Mobil (KPM) karena, masyarakat dapat menjangkau harga mobil.

#### 5.2 Saran

Adapun saran yang dikemukakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Bank Negara Indonesia 1946 (BNI) Kota Makassar supaya menurunkan suku bunga kepemilikan mobil.



2. Disarankan pula agar supaya Kredit Pemilikan Mobil (KPM) bisa menjangkau lapisan masyarakat menengah.
3. Disarankan kepada bank BNI sosialisasi terhadap Kredit Pemilikan Mobil (KPM).

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, 2002. *Perilaku Konsumen*, Rajawali Press, Jakarta.
- Boedono, 2002. *Ekonomi Moneter*, BPFE, Yogyakarta.
- Dendawijaya Lukman, 2000. *Analisis Perkreditan*, Pionir Jaya Bandung.
- Djohan Warman, 2000. *Kredit Bank Alternatif Pembiayaan Pembangunan*, PT. Mutiara Jakarta.
- Fransiska, 2001. *Prosedur Pemberian Kredit Padan Bank Rakyat Indonesia*, Tbk. Ahmad Yani Makassar. Skripsi Ekonomi, Nitro Makassar.
- Hadjiwijaya, 2001. *Analisis Kredit*, Pionir Jaya, Bandung.
- Insukindro, 2003. *Ekonomi Uang dan Bank*, BPFE, Yogyakarta.
- Mangkunegara, A. 2000. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen*, LPJES, Jakarta.
- Sinungan Machdaryah, 2000. *Kredit Seluk Beluk Dan Pengelolaan*, Yogart, Jakarta
- Sudarsono, 2001. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Djembatan, Jakarta.
- Sukirno, Sadono, 2001. *Ekonomi Pembangunan Proses, Masalah dan Dasar Kebijakan*, Berta Girat, Medan.
- Suryanto, Thomas, 2002. *Dasar-Dasar Perkreditan*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Sulaiman, 1998. *Kredit Kepemilikan Rumah di Kota Makassar*, Skripsi Ekonomi Unhas Makassar.
- Syahrir, 2000. *Analisa Ekonomi Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Yauri, 2000. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kredit Kepemilikan Motor Di Jokjakarta*, Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Y. Sri Susilo, 2000. *Bank dan Lembaga Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.