

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Kredit

Istilah kredit berasal dari bahasa Yunani yaitu “*crede*” atau “*credo*”, yang artinya percaya atau *to believe* atau *to trust* (wikipedia). Oleh karena itu, dasar pemikiran pemberian kredit oleh bank pada seseorang atau badan usaha adalah kepercayaan. Bila dikaitkan dengan kegiatan usaha, kredit berarti suatu kegiatan memberikan nilai ekonomi (*economic value*) kepada seseorang atau badan usaha yang berdasarkan kepercayaan saat itu, bahwa nilai ekonomi yang sama akan dikembalikan pada kreditur (pemilik usaha) setelah jangka waktu sesuai dengan kesepakatan yang sudah disetujui antara kreditur dan debitur (pembeli).

Berikut ini beberapa pengertian kredit menurut para ahli :

Menurut Murti dan John (2010:119): “Kredit merupakan jumlah kemampuan untuk mendapatkan barang dan jasa dengan pertukaran suatu janji untuk membayar di kemudian hari”.

Menurut Syamsu (2008:91): “Kredit merupakan piutang bagi bank, maka pelunasannya (*repayment*) merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh debitur terhadap utangnya, sehingga resiko kredit maver dapat dihindarkan”.

Menurut Thamrin dan Sintha (2018: 112): "Kredit dapat berarti bahwa pihak kesatu memberikan prestasi berupa uang, berupa barang, uang atau jasa kepada pihak lain, sedangkan kontraprestasi akan diterima kemudian (dalam jangka waktu tertentu)".

Menurut Irham (2010:3): "Kredit merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam – meminjam antara pihak bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam (debitur) untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan".

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2015:114): "Kredit sebagai penyediaan atau tagihan lain sejenis hal itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam – meminjam antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga".

a. Jenis – Jenis Kredit

Menurut Thamrin dan Sintha (2018:116) kredit yang diberikan bank umum dan bank perkreditan rakyat untuk masyarakat terdiri dari beberapa jenis, secara umum jenis – jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi antara lain :

1.) Dilihat dari Segi Kegunaan

a.) Kredit Investasi

Biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha untuk membangun proyek atau pabrik baru untuk keperluan rehabilitasi. Contohnya kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau membeli mesin – mesin yang pemakaiannya untuk satu periode yang relatif lebih lama.

b.) Kredit Modal Kerja

Digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja yang diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya – biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan.

2.) Dilihat dari Segi Tujuan Kredit

a.) Kredit Produktif

Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contoh kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang, kredit pertanian akan menghasilkan produk pertanian atau kredit pertambangan menghasilkan bahan tambang atau kredit industri lainnya.

b.) Kredit Konsumtif

Kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena digunakan untuk dipakai oleh seseorang atau badan usaha. Sebagai contoh kredit perumahan, kredit mobil pribadi, kredit peralatan rumah tangga dan kredit konsumtif lainnya.

c.) Kredit Perdagangan

Kredit yang digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada supplier atau agen – agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah besar.

3.) Dilihat dari Segi Jangka Waktu

a.) Kredit Jangka Pendek

Merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.

b.) Kredit Jangka Panjang

Merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang. Kredit jangka panjang waktu pengembaliannya di atas 3 tahun atau 5 tahun. Biasanya kredit ini untuk investasi jangka panjang seperti

perkebunan karet, kelapa sawit, atau manufaktur dan kredit konsumtif seperti kredit perumahan.

4.) Dilihat dari Segi Jaminan

a.) Kredit Dengan Jaminan

Merupakan kredit yang diberikan dengan suatu jaminan. Jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud atau jaminan orang. Artinya setiap kredit yang dikeluarkan akan dilindungi senilai jaminan yang diberikan oleh calon debitur.

b.) Kredit Tanpa Jaminan

Merupakan kredit yang diberikan tanpa jaminan atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha dan karakter serta loyalitas atau nama baik calon debitur seama ini.

5.) Dilihat dari Segi Sektor Usaha

a.) Kredit Pertanian

Merupakan kredit yang dibiayai untuk sektor perkebunan atau pertanian rakyat. Sektor usaha pertanian dapat berupa jangka pendek atau jangka panjang.

b.) Kredit Peternakan

Dalam hal ini jangka pendek, misalnya peternakan ayam dan peternakan jangka panjang kambing atau sapi.

c.) Kredit Industri

Yaitu kredit yang membiayai industri kecil, menengah atau besar.

d.) Kredit Pertambangan

Jenis usaha tambang yang dibiayai biasanya dalam jangka panjang seperti tambang emas, minyak atau timah.

e.) Kredit Pendidikan

Merupakan kredit yang diberikan untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan atau dapat pula berupa kredit untuk para mahasiswa.

f.) Kredit Profesi

Diberikan pada para profesional seperti dosen, dokter atau pengacara.

g.) Kredit Perumahan

Yaitu kredit untuk membiayai pembangunan atau pembelian perumahan.

b. Tujuan dan Fungsi Kredit

Pemberian suatu kredit dalam sistem pembayaran pasti mempunyai tujuan dan fungsi tertentu. Tujuan dan fungsi kredit tersebut tidak terlepas dari misi perusahaan didirikan.

Tujuan utama pemberian kredit menurut Kasmir (2014:88):

1.) Mencari Keuntungan

Yaitu bertujuan memperoleh hasil dari pemberian kredit tersebut. Hasil tersebut terutama dalam bentuk bunga yang diterima oleh perusahaan sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang diberikan pada konsumen. Keuntungan ini penting untuk kelangsungan hidup perusahaan, jika perusahaan terus menerus menderita kerugian, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut akan bangkrut.

2.) Membantu Konsumen

Tujuan lainnya adalah untuk membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan. Pemberian kredit akan mempermudah sistem pembayaran produk yang dibeli.

Fungsi kredit menurut Kasmir (2014:89):

1.) Untuk Meningkatkan Daya Guna Uang

Dengan adanya kredit dapat meningkatkan daya guna uang maksudnya jika uang hanya disimpan saja tidak akan menghasilkan suatu yang berguna. Dengan diberikannya kredit uang tersebut menjadi berguna untuk menghasilkan barang atau jasa oleh si penerima kredit.

2.) Untuk Meningkatkan Peredaran dan Lalu Lintas Uang

Dalam hal ini uang yang diberikan atau yang disalurkan akan beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya sehingga suatu daerah tersebut akan memperoleh tambahan uang dari daerah lainnya.

3.) Untuk Meningkatkan Peredaran Barang

Kredit dapat pula menambah atau memperlancar arus barang dari suatu wilayah ke wilayah lainnya sehingga jumlah barang yang beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya bertambah.

4.) Sebagai Alat Stabilitas Ekonomi

Dengan memberikan kredit dapat dikatakan sebagai stabilitas ekonomi karena dengan adanya kredit yang diberikan akan menambah jumlah barang yang diperlukan oleh masyarakat.

5.) Untuk Meningkatkan Pemerataan Pendapatan

Semakin banyak kredit yang disalurkan, akan semakin baik, terutama dalam hal meningkatkan pendapatan.

c. Unsur – Unsur Kredit

Kredit yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumennya didasarkan atas sebuah kepercayaan, sehingga pemberian kredit sama saja pemberian kepercayaan dari perusahaan kepada konsumen. Hal ini berarti bahwa suatu perusahaan yang akan memberikan kredit betul – betul yakin bahwa si penerima kredit akan mengembalikan pinjaman yang diterimanya sesuai dengan jangka waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Tanpa keyakinan tersebut perusahaan tidak akan meneruskan pemberian kredit kepada konsumennya.

Menurut Kasmir (2001 ; 75) unsur – unsur yang terkandung dalam fasilitas kredit adalah sebagai berikut :

1.) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan pemberi kredit (perusahaan) bahwa kredit yang diberikan berupa uang, barang atau jasa akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu dimasa datang. Kepercayaan ini diberikan oleh perusahaan, karena sebelum barang diserahkan perusahaan sudah melakukan penelitian dan penyeledikan dan dilakukan untuk mengetahui kemauan dan kemampuannya dalam membeli kendaraan secara kredit.

2.) Kesepakatan

Kesepakatan lahir dari sebuah kepercayaan antara perusahaan dengan calon pelanggan. Dengan adanya kesepakatan yang bulat yang dimuat dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

3.) Jangka Waktu

Setiap penjualan kredit yang diberikan pasti memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian jaminan barang yang telah diserahkan sebelumnya.

4.) Resiko

Faktor resiko kerugian dapat diakibatkan dua hal yaitu resiko kerugian yang diakibatkan calon pelanggan sengaja tidak mau melunasi dan resiko kerugian yang diakibatkan karena calon pelanggan tidak sengaja akibat musibah atau bencana.

d. Prosedur Pemberian Kredit

Dilansir dari situs resmi Honda, PT Astra Honda Motor (PT AHM) berikut ini merupakan prosedur atau tahapan dalam pengajuan kredit sepeda motor :

- 1.) Hubungi pihak sales pada dealer yang akan dikunjungi.
- 2.) Pihak sales akan mengkonfirmasi pilihan motor, besaran uang muka pembayaran, dan angsuran yang sanggup dibayarkan setiap bulannya.
- 3.) Sales akan meneruskan data pengajuan kepada pihak leasing.
- 4.) Surveyor dari pihak leasing akan melakukan pengecekan ke rumah pengaju untuk mendapatkan validitas data yang diberikan.
- 5.) Surveyor akan memberikan penilaian kepada dealer, jika dinyatakan layak berarti pengajuan kredit dapat diterima.

Berdasarkan teori terulas maka penulis memilih teori kredit yang sesuai dengan penelitian penulis, yaitu teori kredit menurut Thamrin dan Sintha (2018: 112) yang mendefinisikan "Kredit dapat berarti bahwa pihak kesatu memberikan prestasi berupa uang, berupa barang, uang atau jasa kepada pihak lain, sedangkan kontraprestasi akan diterima kemudian (dalam jangka waktu tertentu)". Dengan ukuran indikator yaitu uang muka (*down payment*) dan angsuran. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) "uang muka yaitu sebagian pembayaran yang dilakukan pada awal pembelian, sementara sisanya akan di bayar kemudian. Berapa lama waktu pembayaran ditentukan sesuai perjanjian diantara penjual dan pembeli". Kemudian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) "angsuran

yaitu uang yang dipakai untuk mengangsur atau cicilan. Angsuran adalah uang yang dipakai untuk diserahkan sedikit demi sedikit atau tidak sekaligus, seperti untuk pembayaran utang, pajak dan sebagainya”.

2. Pengertian Penjualan

Istilah penjualan berasal dari kata “jual” yang berarti memberikan sesuatu kepada orang lain untuk memperoleh uang pembayaran atau menerima uang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata penjualan adalah proses, cara, dan perbuatan menjual. Arti lainnya mengemukakan bahwa penjualan merupakan proses pemenuhan kebutuhan penjual dan pembeli baik secara tunai maupun kredit.

Berikut ini merupakan beberapa definisi penjualan menurut para ahli :

Menurut Philip Kotler (2008) “penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014,246) “penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli”.

Menurut Moekijat dalam Widharta dan Sugiharto (2013:2), “*Selling* adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak”.

Menurut Hartono, dkk (2012:889) “penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan”.

Dalam sebuah usaha yang menjual berbagai jenis dan tipe produk pasti terdapat produk tulang punggung bagi kegiatan usaha tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “tulang punggung dalam sebuah perekonomian diartikan sebagai seseorang atau suatu hal yang menjadi pokok kekuatan. Pokok kekuatan dalam hal ini maknanya sebagai penopang ekonomi, sebagai yang menanggung (biaya) kehidupan dan sebagainya”. Jadi dapat diartikan produk tulang punggung merupakan produk yang jumlah penjualannya paling tinggi daripada produk jenis lainnya sehingga produk tersebut menjadi tumpuan penjualan bagi sebuah usaha.

a. Tujuan Penjualan

Pada dasarnya pengusaha mempunyai tujuan utama dalam penjualan yaitu mendapatkan laba tertentu semaksimal mungkin dan mempertahankannya atau meningkatkannya untuk periode waktu yang lebih lama. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan terlaksana seperti yang direncanakan. Namun tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan keuntungan. Terkadang pada beberapa kesempatan pengusaha tidak mampu menjual produknya sehingga tidak mendapatkan keuntungan atau bahkan bisa menderita kerugian akibat hal tersebut.

Menurut Basu Swastha (2001:80) tujuan umum penjualan yaitu :

- 1.) Mencapai volume penjualan tertentu
- 2.) Mendapatkan laba tertentu
- 3.) Menunjang pertumbuhan perusahaan

b. Jenis dan Bentuk Penjualan

Menurut Basu Swastha (2001,11) mengelompokkan jenis-jenis penjualan adalah sebagai berikut:

1.) Trade Selling

Penjualan yang dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

2.) Missionary Selling

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang – barang dari penyalur perusahaan.

3.) Technical Selling

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

4.) New Bussines Selling

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

5.) *Responsive Selling*

Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retailing*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalinnya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

Bentuk – bentuk penjualan adalah sebagai berikut:

1.) Penjualan Tunai

Penjualan yang bersifat *cash and carry* dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2.) Penjualan Kredit

Penjualan non *cash*, dengan tenggang waktu tertentu, rata – rata diatas satu bulan.

3.) Penjualan Secara Tender

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4.) Penjualan Ekspor

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli, luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit*.

5.) Penjualan Secara Konsinyasi

Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.

6.) Penjualan Grosir

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

c. Pengertian Penjualan Kredit

Menurut Mulyadi (2008,206) “Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Penjualan kredit tersebut dihitung dengan cara mengalikan penetapan harga dengan volume penjualan kredit”.

Menurut Soemarso (2009,160) “penjualan kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang dan kas aktiva”.

Berdasarkan dari beberapa penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan penjualan kredit merupakan sebuah proses penjualan yang dilakukan dengan sistem pembayarannya menggunakan jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan kedua pihak.

d. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Kredit

Menurut Basu Swastha (2001,12) faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam penjualan kredit adalah sebagai berikut.:

1.) Standar Kredit

Standar kredit adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan, dengan menurunkan standar kredit dapat menstimulasi permintaan, yang akhirnya akan mengarah pada penjualan dan laba yang lebih tinggi. Akan tetapi, terdapat biaya untuk membuat piutang tambahan. Seperti juga resiko yang lebih besar untuk adanya kerugian akibat piutang tak tertagih.

2.) Syarat Pembayaran

Syarat pembayaran kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Bila perusahaan menetapkan syarat penjualan kredit yang ketat berarti perusahaan lebih mengutamakan keamanan kredit dibandingkan misalnya memberikan batas waktu pembayaran yang singkat dan memberikan beban bunga bila pengembaliannya terlambat. Dengan demikian maka investasi perusahaan dalam piutang dagang cenderung lebih kecil. Hal sebaliknya akan terjadi bila syarat penjualan kredit bersifat lunak atau longgar.

3.) Plafon Kredit

Dalam memberikan kredit kepada pelanggan maupun calon pelanggan, perusahaan akan membuat sebuah batasan kredit yang

berbeda-beda terhadap pelanggan satu dengan pelanggan lainnya, hal ini dikarenakan tingkat kemampuan yang berbeda pula.

4.) Volume Penjualan Kredit

Dalam melakukan penjualan secara kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal kredit yang akan diberikan kepada pelanggannya. Makin tinggi batas yang ditetapkan untuk masing-masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang dan sebaliknya.

5.) Kebiasaan Pembayaran Pelanggan

Ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada sebagian lagi tidak menggunakan kesempatan tersebut. Kebiasaan para langganan membayar dalam periode cash discount atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang.

6.) Kebijakan Pengumpulan Piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang dalam dua cara yaitu secara aktif maupun pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan pengumpulan piutang secara aktif mengeluarkan uang yang lebih besar dalam membiayai aktivitas pengumpulan piutangnya dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaan piutang secara pasif. Perusahaan yang melakukan pengumpulan piutangnya secara aktif juga mempunyai

investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang melakukan pengumpulan piutangnya secara pasif.

Berdasarkan teori terulas maka penulis memilih teori penjualan yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu teori penjualan menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014, 246) yang menyebutkan “penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli”.

Setelah menjelaskan landasan teori dari kredit dan penjualan, peneliti akan memaparkan penelitian terdahulu yang berkaitan dan untuk memperkuat penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Uci Fitriani, Makmur, Andi Afrizal	Pengaruh Sistem Penjualan Kredit di PT. Surya Putera Sumatera Raya II Pasir Putih Pasir Pangaraian Terhadap Penarikan Sepeda Motor Yamaha	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penjualan kredit di PT. Surya Putra Sumatera Raya II Pasir Putih Pasir Pengaraian saat ini sudah berjalan sesuai dengan prosedur yang dapat dilihat dari meningkatnya jumlah penjualan sepeda motor yamaha. Untuk mencapai pada tingkat penjualan tersebut maka perlu memperhatikan sistem penjualan kredit apa yang baik dilakukan.

2.	Iman Pirman Hidayat dan Adi Ridwan Fadillah	Pengaruh Penyaluran Kredit Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dan pendapatan operasional Terhadap laba operasional (Kasus Pada PT Bank Jabar Banten. Tbk)	Penelitian Kualitatif	Menyimpulkan pengaruh penyaluran kredit UMKM terhadap pendapatan operasional diperoleh hasil berpengaruh positif tidak signifikan. Pengaruh penyaluran kredit UMKM dan pendapatan operasional terhadap laba operasional setelah dilakukan analisis diperoleh hasil berpengaruh signifikan.
----	--	---	--------------------------	--

Sumber : Diolah Oleh Peneliti Tahun 2022

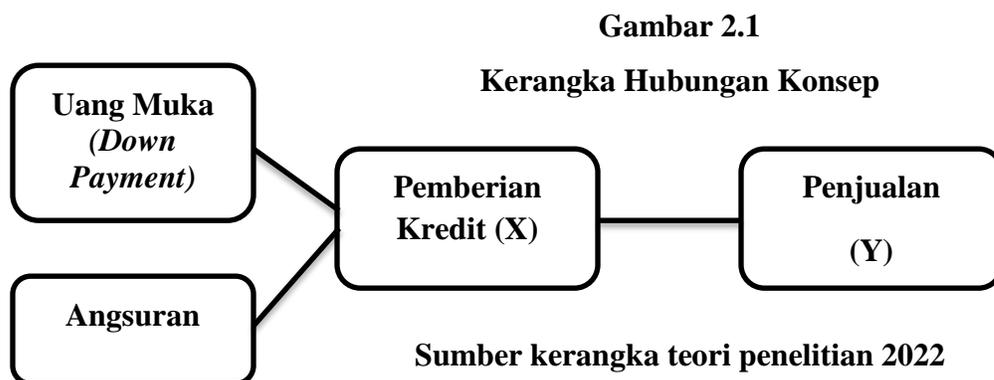
B. Kerangka Pikir

Pemberian kredit dengan penjualan suatu produk pasti memiliki keterkaitan satu sama lain. Unsur – unsur yang terdapat dalam pemberian kredit di TDM Motor Sidorejo yaitu besaran DP (*Down Payment*) di awal pembelian dan angsuran yang harus dibayarkan konsumen. Kemudian setelah membayarkan DP (*Down Payment*) di awal pembelian tersebut konsumen mendapatkan produk yang dibeli. Konsumen pasti ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka dengan sistem pembayaran yang meringankan konsumen. Selain itu pemberian kredit yang memudahkan sistem pembayaran atas pembelian suatu produk juga sangat menguntungkan konsumen. Jika dengan adanya kredit dalam sistem pembayaran membuat konsumen antusias untuk membeli produk

tersebut maka hal ini juga berdampak positif untuk penjual, dimana penjualan suatu produk akan meningkat bersamaan dengan adanya pemberian kredit.

Pemberian kredit yang menguntungkan konsumen dalam sistem pembayaran akan membuat konsumen cenderung melakukan keputusan pembelian, namun jika pemberian kredit tersebut dirasa merugikan dan kurang efektif maka kemungkinan konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut.

Kerangka pikir dibuat untuk menggambarkan keterkaitan antara dua variabel pada model yang lebih praktis, dan penulis membentuk kerangka model penelitian yang di gambarkan dalam gambar 2.1 sebagai berikut.



C. Hipotesis

Pengertian hipotesis menurut Sugiono (2017) yaitu “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul”.

Hipotesis yang dikemukakan penulis dalam penelitian ini yaitu : diduga terdapat

keterkaitan antara pemberian kredit dengan penjualan sepeda motor Honda di dealer TDM Motor Sidorejo.