

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Astra Credit Companies (ACC)

2.1.1 Pengertian ACC

Astra Credit Companies (ACC) adalah sebuah perusahaan dari Astra Internasional yang menawarkan pembiayaan mobil hampir dari semua merek mobil yang berada di pasar Indonesia. Namun untuk memenuhi kebutuhan konsumen, ACC menyediakan fasilitas pembiayaan alat pertambangan, alat untuk konstruksi perkebunan, sampai pembiayaan multiguna. ACC adalah perusahaan pembiayaan mobil terbesar di Indonesia dengan adanya pembiayaan lebih dari 16.000 lebih dealer mobil dan 76 kantor cabang di Indonesia. Dengan adanya pandemi, ACC terus berinnovasi dengan menyempurnakan situs resminya dan mengubah identitasnya menjadi ACC ONE.

ACC mempunyai visi menjadi perusahaan pembiayaan nomor 1 di Indonesia dengan Total Solution, dan misi untuk mempromosikan kredit untuk hidup yang lebih mudah. Hal tersebut di dukung oleh nilai ACC yang mengutamakan Quality, Intergrity, Customer Satisfaction, dan Teamwork. Nilai Quality dari ACC berfokus pada sinergi melalui interaksi yang positif dan tebuka, dengan komitmen mencapai target. Integrity yang fokus pada mentaati peraturan berlandaskan asas dan etika yang berlaku serta menunjukan sikap profesional dan bertanggung jawab. Untuk Customer Satisfaction berfokus pada memberikan

pengalaman terbaik kepada pelanggan melalui pelayanan yang handal dan terpercaya.

Teamwork berfokus pada sinergi melalui interaksi yang positif dan terbuka.

Visi, misi, dan nilai yang diambil oleh ACC memberikan hasil mulai dari penghargaan sampai cabang pembiayaan baru. Pada tahun 2000, ACC mendapatkan sertifikat International Standard Organization (ISO) 9001:2008 bidang manajemen mutu, disusul dengan ISO 14000 dan OHSAS 18000. Tidak lama setelah itu ACC terus mendapatkan penghargaan berupa Top Brand (2007- 2013), Indonesia Most Admired Companies (2014), Indonesia WOW Brand (2014), Juara 1 Perusahaan Pembiayaan Terbaik (2018), dan masih banyak lagi. ACC terus berjalan sebagai perusahaan dari PT Astra Auto Finance dengan adanya transparansi perusahaan.

2.1.2 Kegiatan usaha Bank Perekonomian Rakyat

Berikut usaha yang dapat dilaksanakan oleh ACC:

- a) ACC menyediakan fasilitas pembiayaan untuk pembelian mobil baru dan bekas, serta alat berat untuk berbagai sektor industri seperti pertambangan, konstruksi, dan perkebunan.
- b) Selain pembiayaan, ACC juga menyediakan layanan terkait kendaraan seperti pengurusan STNK, BPKB, dan layanan reservasi lainnya.
- c) ACC memiliki produk pembiayaan syariah untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan produk berbasis syariah.

2.1.3 Alokasi kredit BPR

Dalam mengalokasikan kredit, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh ACC,yaitu:

- Dalam memberikan kredit,wajib mempunyai keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan debitur untuk melunasi uangnya sesuai perjanjian.
- Dalam memberikan kredit, wajib memenuhi ketentuan Astra Credit companies mengenai batas maksimum pemberian kredit,pemberian jaminan,atau hal yang serupa,yang dapat dilakukan oleh ACC kepada Nasabah atau se yang terkait,termasuk kepada perusahaan-perusahaan dalam kelompok yang sama dengan Astra Credit Companies tersebut.
- Dalam memberikan kredit,ACC wajib memenuhi ketentuan Perusahaan Astra Credit Companies mengenai batas maksimum pemberian kredit,pemberian kredit,atau hal lain yang serupa,yang dapat dilakukan oleh ACC kepada Nasabah (dan keluarga) yang memiliki 10% atau lebih dari modal .Batas maksimum tersebut melebihi 10% dari modal yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Perusahaan Astra Credit Companies

2.2.1 Pengertian Kredit

Kredit berasal dari kata Italia, Credere yang artinya kepercayaan, yaitu kepercayaan dari kreditor bahwa debitornya akan mengembalikan pinjaman beserta bunganya sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak. Tegasnya, kreditor percaya bahwa Kredit itu tidak akan macet.

Menurut UU RI No. 7 1992 tentang perbankan Bab I, Pasal I, ayat 12 Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangkawaktu tertentu dengan jumlah bunga imbalan atau imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

Sumber buku (Fitri M.Rahmadana,Lumbanraja Hafniah 2003:3),Menurut Sinungan,kredit adalah pemberian prestasi oleh suatu pihak kepada pihak lain dan prestasi ini akan dikembalikan pada waktu tertentu yang akan disertai dengan kontraprestasi yang berupa bunga.Sedangkan pengertian kredit menurut Kotler,kredit adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan pembelian dan pengadakan pinjaman dengan surat perjanjian,pembayaran akan dilakukan dan ditangguhkan pada suatu jangka waktu yang telah disepakati.

.Menurut UU Perbankan No 10 Tahun 1998 pemberian Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Pengertian kredit secara tegas tertuang dalam ketentuan Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 (selanjutnya disebut UU Perbankan) yang menyebutkan kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu dengan pemberian bunga

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan,kredit adalah pemberian pinjaman atau pembiayaan oleh pemberi pinjaman kepada peminjam dengan proses pelunasan yang berlangsung secara bertahap dalam jangka waktu yang telah disepakati bersama oleh kedua belah pihak serta memberikan kepercayaan kepada penerima pinjaman.

2.2.2 Tujuan dan Fungsi kredit

Tujuan penyaluran kredit, antara lain adalah untuk :

1. Memperoleh pendapatan dari bunga Kredit;
2. Memanfaatkan dan memproduktifkan dana-dana yang ada;
3. Memenuhi permintaan kredit dari masyarakat;

Memperlancar lalu lintas pembayaran;

4. Menambah modal kerja perusahaan;
5. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Fungsi kredit bagi masyarakat antara lain dapat :

1. Menjadi motivator dan dinamisator peningkatan kegiatan perdagangan dan perekonomian.

2. Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat;
3. Memperlancar arus barang dan arus uang;
4. Meningkat hubungan internasional (L/C,CGI, dan lain-lain);
5. Meningkatkan produktivitas dana yang ada;
6. Meningkatkan daya guna (utility) barang;
7. Meningkatkan kegairahan berusaha masyarakat;
8. Memperbesar modal kerja perusahaan;
9. Meningkatkan income per capita (IPC) masyarakat;
10. Mengubah cara berfikir atau bertindak masyarakat untuk lebih ekonomis.

2.2.3 Jenis-Jenis Kredit

Kredit Investasi

Yaitu merupakan kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan investasi atau penanaman modal. Biasanya kredit jenis ini memiliki jangka waktu yang relatif panjang yaitu di atas 1 (satu) tahun. Contoh : kredit untuk membangun pabrik atau membeli peralatan pabrik seperti mesin-mesin

Kredit Modal Kerja.

Merupakan kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Biasanya kredit jenis ini berjangka waktu pendek yaitu tidak lebih dari 1 (satu) tahun. Contoh : untuk membeli bahan baku, membayar gaji karyawan dan modal kerja lainnya.

 Kredit Perdagangan.

Merupakan kredit yang diberikan kepada para pedagang dalam rangka memperlancar atau memperluas atau memperbesar kegiatan perdagangannya.

Contoh : untuk membeli barang dagangan yang diberikan kepada para suplier atau agen.

2.2.4 Unsur- Unsur Kredit

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit sebagai berikut :

1. Kepercayaan, yaitu keyakinan dari pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan berupa uang, barang, atau jasa akan benar-benar diterima kembali dalam jangka waktu tertentudi masa yang akan datang.
2. Kesepakatan, yaitu suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.
3. Jangka waktu, yaitu masa pengembalian kredit yang telah disepakati.Jangka tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah, atau jangka panjang.
4. Risiko, yaitu adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu risiko tidak tertagih/macet pemberian kredit.
5. Balas jasa, yaitu keuntungan atas pemberian kredit yang berbentuk bunga dan biaya administrasi kredit.

2.2.5 Prinsip-prinsip Pemberian Kredit

prinsip penilaian kredit dengan metode analisis adalah sebagai berikut:

- ✚ Personality, Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari-hari maupun masa lalunya.
- ✚ Party, Yaitu mengklasifikasikan nasabah ke dalam klasifikasi tertentu atau golongan-golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya
- ✚ Purpose, Yaitu untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah.
- ✚ Prospect, Yaitu untuk menilai usaha nasabah di masa yang akan datang menguntungkan atau tidak. Hal ini penting mengingat jika suatu fasilitas kredit yang dibiayai tanpa mempunyai prospek, bukan hanya bank yang rugi, tetapi juga nasabah.
- ✚ Payment, Merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit.
- ✚ Profitability, Untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba.
- ✚ Protection, Tujuannya adalah bagaimana menjaga agar usaha dan jaminan mendapatkan perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang atau orang atau jaminan asuransi.

2.2.6 Prosedur pelayanan kredit

Prosedur pelayanan kredit adalah serangkaian tahapan dan proses yang dilakukan oleh pihak bank dalam menerima, memproses, dan menyalurkan kredit kepada nasabah. Prosedur ini umumnya meliputi:

a. Pengajuan Permohonan Kredit

Nasabah mengajukan permohonan kredit dengan melampirkan dokumen seperti KTP, KK, slip gaji/usaha, dan agunan (jika diperlukan)

b. Wawancara dan Survei Lapangan

Petugas kredit melakukan wawancara dan kunjungan ke tempat usaha atau rumah calon debitur untuk menilai kelayakan.

c. Analisis Kredit (5C Analysis)

Meliputi:

- Character (karakter)
- Capacity (kemampuan membayar)
- Capital (modal)
- Collateral (jaminan)
- Condition (kondisi ekonomi/usaha)

d. Keputusan Kredit

Berdasarkan hasil analisis, pihak manajemen memutuskan apakah kredit disetujui, ditolak, atau perlu revisi.

e. Realisasi Kredit

Jika disetujui, dilakukan pencairan dana dan penandatanganan akad kredit.

f. Monitoring dan Pembayaran Kredit

Bank melakukan pengawasan terhadap penggunaan dana serta pembayaran angsuran.

2.3.1 Pengertian pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau tindakan yang diberikan oleh seseorang, organisasi atau lembaga kepada pihak lain (biasanya pelanggan, masyarakat, atau pengguna) untuk memenuhi kebutuhan, permintaan, atau harapan tertentu, baik berupa jasa langsung maupun dukungan terhadap produk. Menurut **Lovelock (2021)** Pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai dan memberikan manfaat kepada pelanggan dalam bentuk tindakan, kenyamanan atau pengalaman.

Menurut **Kotler, P&Keller, K.L. (2016)** Pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu dan dapat berupa interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan.

2.3.2 Pelayanan Nasabah

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Maka pihak bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil inilah yang dikenal dengan costumer service.

Customer service adalah kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Seorang customer service dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabahnya. Seorang customer service haruslah:

- ❖ Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- ❖ Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- ❖ Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan jika kenal
- ❖ Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap Pembicaraan.
- ❖ Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan.

Sehubungan dengan peranan pelayanan yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa, setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang unggul dalam melayani para nasabahnya. Yang dimaksud dengan pelayanan yang unggul adalah sikap atau Cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Elthaitammy, 1990).

Secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep pelayanan ini yaitu: kecepatan, ketepatan, kenyamanan dan keramahan. Keempat komponen tersebut merupakan, satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi tidak sempuma bila ada komponen - komponen yang kurang untuk mencapai tingkat ini, setiap karyawan harus memiliki keterampilan, baik, sopan dan rapi, bersikap ramah,mampu berkomunikasi,

menguasai pekerjaannya dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Dengan demikian upaya mencapai pelayanan yang sempurna bukanlah pekerjaan yang mudah. Akan tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

2.3.3 Ciri - ciri Pelayanan Yang Baik.

Dalam melayani nasabah hal - hal yang harus diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu.

Ciri - ciri pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada para nasabah.

- a) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank, meja dan kursi harus nyaman diduduki, udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

- b) Tersedianya personil yang baik

Kenyamanan nasabah juga tergantung pada petugas yang melayaninya. Petugas bank harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu petugas juga cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

c) Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah diharapkan para petugas melakukannya sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai dengan jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan keinginan nasabah.

d) Mampu berkomunikasi

Dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah, petugas harus mampu berbicara kepada setiap nasabah, petugas harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengertinasabah antara lain

e) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak berpindah ke bank lain perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini dilakukan melalui pelayanan petugas bank khususnya dan seluruh karyawan umumnya.

Pada prinsipnya layanan pelanggan adalah untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, untuk itu perusahaan jasa harus melakukan empat hal: Pertama mengidentifikasi siapa pelanggannya. Kedua memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. Ketiga memahami strategi kualitas layanan pelanggan dan Keempat memahami siklus dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Ada tiga level atau tingkatan harapan pelanggan mengenai kualitas yaitu harapan pelanggan yang sederhana dan berbentuk asumsi, harapan yang lebih tinggi dimana kepuasan dicerminkan dalam pemenuhan persyaratan dan spesifikasi dan harapan yang lebih tinggi dan menuntut suatu kesenangan yang begitu bagus sehingga nasabah tertarik.

2.3.4 Manfaat Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas memiliki berbagai manfaat penting bagi bisnis. Berikut manfaatnya yaitu:

i. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Pelayanan yang baik dan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

ii. Membangun reputasi yang baik

Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan membuat bisnis tersebut lebih menarik bagi calon pelanggan.

iii. Meningkatkan retensi pelanggan

Melalui pelayanan yang baik dan berkualitas, sebuah bisnis dapat meningkatkan retensi pelanggan. Pelanggan yang puas akan cenderung tetap berlangganan atau berbelanja kembali.

iv. Meningkatkan Wors-of-mouth

Pelanggan memberikan rekomendasi positif kepada teman, keluarga atau kenalan mereka. Hal ini dapat meningkatkan pemasaran melalui word-of-mouth yang merupakan cara efektif untuk menarik pelanggan baru.