BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern, industri otomotif di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor. Namun, tidak semua konsumen mampu membeli kendaraan secara tunai. Kondisi ini membuka peluang besar bagi perusahaan pembiayaan atau leasing untuk memberikan solusi melalui fasilitas kredit kendaraan bermotor (KKB).

PT Haji Kalla sebagai salah satu dealer Toyota di Sulawesi Barat, khususnya di Cabang Polewali Mandar, menghadapi tantangan dalam mencapai target penjualan. Dalam hal ini, leasing memainkan peran yang krusial dalam mendukung penjualan kendaraan. Konsumen yang awalnya tidak memiliki kemampuan finansial cukup untuk membeli kendaraan secara tunai, dapat terbantu dengan adanya pembiayaan melalui lembaga leasing. Hal ini secara langsung meningkatkan daya beli konsumen dan mendorong angka penjualan.

Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia merupakan dasar hukum yang mengatur mengenai pelaksanaan jaminan fidusia di Indonesia. Jaminan fidusia

merupakan bentuk pengalihan kepemilikan suatu objek yang masih berada di bawah penguasaan pemberi fidusia, dalam hal ini debitur, kepada penerima fidusia atau kreditor sebagai jaminan atas pelunasan utang. Dalam konteks transaksi leasing, terutama pada sektor kendaraan bermotor, UU ini berperan sangat penting dalam menjaga hak-hak perusahaan pembiayaan (leasing) terhadap objek yang dijaminkan hingga lunasnya kewajiban pembayaran debitur.

Secara khusus, dalam transaksi leasing kendaraan bermotor, perusahaan leasing memberikan pembiayaan kepada debitur untuk kepemilikan kendaraan, namun kepemilikan secara sah masih berada di tangan perusahaan leasing berdasarkan perjanjian fidusia. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi perusahaan leasing karena mereka dapat melakukan eksekusi terhadap barang yang dijaminkan apabila debitur gagal memenuhi kewajibannya.

Proses pendaftaran fidusia melalui Kantor Pendaftaran Fidusia menjamin legalitas dan kepastian hukum bagi pihak perusahaan leasing atas objek fidusia tersebut. Dalam hal terjadi wanprestasi, perusahaan leasing dapat mengambil alih barang dengan kekuatan eksekutorial yang sama dengan putusan pengadilan. Pasal-pasal dalam UU ini mengatur secara rinci

mengenai hak dan kewajiban pemberi dan penerima fidusia, tata cara pendaftaran dan prosedur eksekusi objek fidusia jika terjadi pelanggaran kontrak.

Dengan adanya Undang-Undang ini, perusahaan leasing memiliki landasan hukum yang jelas dalam menjalankan praktiknya, serta meningkatkan rasa aman bagi mereka dalam menyalurkan pembiayaan. Pada gilirannya, hal ini mendorong peningkatan penjualan di dealer kendaraan, seperti dalam kasus PT Haji Kalla Cabang Polman, di mana dealer bekerja sama dengan perusahaan leasing untuk memberikan kemudahan pembelian kepada konsumen melalui skema pembiayaan yang diatur secara legal oleh UU Jaminan Fidusia.Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 35/POJK.05/2018 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan Peraturan ini mengatur secara rinci operasional perusahaan pembiayaan, termasuk leasing, yang berperan dalam menyediakan pembiayaan bagi konsumen untuk pembelian barang seperti kendaraan bermotor.

Regulasi ini menetapkan standar dan ketentuan terkait hak dan kewajiban perusahaan pembiayaan, baik terhadap mitra bisnis seperti dealer maupun kepadakonsumen akhir. Beberapa poin penting yang diatur meliputi:Pengaturan kegiatan pembiayaan

seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan multiguna. Perlindungan konsumen, yang mencakup informasi yang wajib diberikan oleh perusahaan pembiayaan kepada konsumen terkait persyaratan, biaya, serta hak dan kewajiban dalam perjanjian pembiayaan.

Transparansi, di mana perusahaan pembiayaan diwajibkan memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen mengenai produk pembiayaan, suku bunga, biaya administrasi, dan penalti.

Mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dengan perusahaan pembiayaan harus melalui cara yang diatur dalam POJK ini, memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam hal terjadi perselisihan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi perlindungan hak-hak konsumen, termasuk mereka yang terlibat dalam perjanjian leasing. Dalam konteks ini, UU Perlindungan Konsumen mewajibkan perusahaan pembiayaan dan dealer untuk:Menyediakan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan mengenai produk atau layanan.Melindungi hak-hak konsumen terhadap praktik bisnis yang tidak adil, termasuk ketentuan yang mencakup pemenuhan standar keselamatan, dan

hak konsumen dalam memilih produk sesuai kebutuhan mereka.

Menyediakan akses bagi konsumen untuk menyelesaikan perselisihan secara cepat dan efisien. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Aturanini memperkuat perlindungan konsumen dalam sektor jasa keuangan, termasuk perusahaan pembiayaan. Dalam konteks leasing, OJK ini mengharuskan perusahaan pembiayaan untuk: Menyediakan layanan pengaduan konsumen. Memberikan informasi yang jelas mengenai risiko, hak, dan kewajiban dalam perjanjian pembiayaan. Memastikan adanya proses penanganan sengketa yang adil dan transparan.

Dengan adanya regulasi-regulasi di atas, dapat dipastikan bahwa kegiatan pembiayaan melalui leasing di PT Haji Kalla cabang Polman berjalan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, serta memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat, baik dealer, perusahaan pembiayaan, maupun konsumen.

B. Fokus Penelitian

Fokus dari judul penelitian" Peran Leasing dalam Meningkatkan Penjualan pada Dealer (Studi Kasus PT Haji Kalla Cabang Polman)

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian dengan Judul "Peran Leasing dalam Meningkatkan Penjualan pada Dealer (Studi Kasus PT Haji Kalla Cabang Polman)" kemungkinan adalah untuk Mengetahui peran leasing dalam mendukung dealer, khususnya PT Hadji Kalla Cabang Polman, dalam meningkatkan penjualan kendaraan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak dealer, khususnya PT Hadji Kalla Cabang Polman maupun pihak leasing.
b. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan kajian para pembaca khususnya mahasiswan Universitas Muhammadiyah Parepare.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

a. Definisi Leasing

Leasing merupakan salah satu metode pembiayaan yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mendapatkan barang terutama kendaraan bermotor, melalui sistem pembayaran secara angsuran. Menurut Sugiyanto (2012), leasing adalah perjanjian antara perusahaan pembiayaan dengan konsumen, di mana perusahaan tersebut menyediakan fasilitas kredit dengan barang yang menjadi jaminan utama sampai pembayaran angsuran selesai. Leasing pada dasarnya membantu konsumen yang tidak mampu melakukan pembayaran secara tunai untuk tetap dapat memiliki barang yang diinginkan.

b. Jenis-jenis Leasing

Dalam praktiknya, terdapat dua jenis leasing yang umum digunakan, yaitu financial lease dan operating lease. Financial lease adalah sistem sewa guna usaha yang memungkinkan konsumen untuk memiliki barang setelah masa sewa selesai dengan membayar nilai residu. Sementara operating lease adalah sewa jangka pendek tanpa opsi kepemilikan di akhir masa sewa (Firdaus, 2014).

c. Pengaruh Leasing terhadap Penjualan Dealer

Leasing telah terbukti meningkatkan penjualan kendaraan di dealer karena memudahkan akses pembiayaan bagi konsumen. Menurut penelitian dari Wibowo (2015), dealer yang bekerjasama dengan perusahaan leasing mengalami peningkatan penjualan signifikan dibandingkan dealer yang tidak menyediakan opsi leasing. Hal ini disebabkan karena leasing mempermudah pembeli yang tidak mampu membayar secara tunai untuk tetap dapat melakukan pembelian melalui angsuran yang terjangkau. Leasing tidak hanya memfasilitasi transaksi, tetapi juga mempercepat siklus penjualan di dealer, karena mayoritas konsumen lebih memilih membeli kendaraan secara kredit (Arief, 2016).

d. Kemitraan Dealer dengan Perusahaan

Hubungan simbiosis antara dealer dan perusahaan leasing menjadi faktor kunci keberhasilan penjualan. Dealer, seperti PT Haji Kalla, yang menyediakan layanan leasing bekerja sama dengan perusahaan leasing untuk menawarkan berbagai skema kredit kepada konsumen.

e. Pengaruh Leasing terhadap penjualan dealer

Leasing telah terbukti meningkatkan penjualan kendaraan didealer karena memudahkan akses pembiayaan bagi

konsumen. Menurut penelitian dari Wibowo (2015), dealer yang bekerjasama dengan perusahaan leasing mengalami peningkatan penjualan signifikan dibandingkan dealer yang tidak menyediakan opsi leasing. Hal ini disebabkan karena leasing mempermudah pembeli yang tidak mampu membayar secara tunai untuk tetap dapat melakukan pembelian melalui angsuran yang terjangkau. Leasing tidak hanya memfasilitasi transaksi, tetapi juga mempercepat siklus penjualan di dealer, karena mayoritas konsumen lebih memilih membeli kendaraan secara kredit (Arief, 2016).

f. Kemitraan Dealer dengan Perusahan Leasing

Hubungan simbiosis antara dealer dan perusahaan leasing menjadi faktor kunci keberhasilan penjualan. Dealer, seperti PT Haji Kalla, yang menyediakan layanan leasing bekerja sama dengan perusahaan leasing untuk menawarkan berbagai skema kredit kepada konsumen. Kemitraan ini memungkinkan dealer untuk menawarkan produk ke segmen pasar yang lebih luas, khususnya konsumen menengah ke bawah yang lebih banyak mengandalkan kredit dalam pembelian kendaraan (Satria, 2017).

g. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas Leasing dalam meningkatkan penjualan

Beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas leasing dalam meningkatkan penjualan adalah suku bunga leasing, kemudahan proses aplikasi, dan fleksibilitas jangka waktu kredit. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Handoko (2018), suku bunga yang kompetitif dan proses aplikasi yang cepatakan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan fasilitas leasing. Selain itu, jangka waktu kredit yang fleksibel membuat konsumen dapat menyesuaikan angsuran dengan kemampuan finansial mereka, yang pada gilirannya mendorong peningkatan penjualan kendaraan di dealer.

h. Syarat-syarat Pengajuan Kredit Leasing

Untuk mengajukan kredit mobil, ada beberapa syarat umum yang perlu dipenuhi. Persyaratan ini umumnya mencakup dokumen identitas, dokumen keuangan, dan informasi lain yang diperlukan untuk proses verifikasi oleh lembaga pembiayaan.

1. Dokumen Identitas

   Berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP), SIM dan/atau Kartu Keluarga

2. Dokumen Keuangan

   Seperti Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Slip Gaji atau Bukti Penghasilan, rekening koran, dan bukti kepemilikan rumah/aset.

3. Dokumen Tambahan:

   Surat Keterangan Kerja, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Status kolektibilitas kredit perbankan dapat diuraikan yakni:

1. Kol-1 (Lancar)

   Kol-1 atau Kolek 1 dengan tagar (LANCAR) adalah status kolektibilitas tertinggi yang tergolong *Performing Loan* (PL) dan ditandai dari riwayat pembayaran angsuran bunga atau angsuran pokok dan bunga kredit tiap bulannya tepat atau kurang dari tanggal jatuh tempo pembayaran bulanannya (tanpa cela). Kol-1 merepresentasikan karakter/watak yang baik debitur karena kelancaran membayar kewajibannya. Atau dengan kata lain apabila debitur selalu membayar pokok dan bunga tepat waktu. Perkembangan rekening baik, tidak ada tunggakan, serta sesuai dengan persyaratan kredit

2. Kol-2 (Dalam perhatian khusus)

   Kol-2 atau Kolek 2 dengan tagar (Dalam perhatian khusus) yang populer dalam dunia perbankan disingkat DPK, merupakan status kolektibilitas yang tergolong *Performing Loan* (PL) dimana ditandai oleh keterlambatan membayar debitur melebihi tanggal jatuh tempo sampai dengan sekurang-kurangnya 90 hari sejak tanggal jatuh tempo atau 3 bulan lamanya (debitur menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga antara 1-90 hari). Penetapan

status DPK secara manual juga diberikan apabila debitur masih dipertimbangkan memiliki aliran kas yang baik namun kurang mampu dalam membayar kewajibannya. Dalam praktik perbankan, umumnya DPK oleh pihak bank sudah dianggap buruk walaupun secara teoretis masih tergolong *Performing Loan* (PL). Penyelesaian kredit bermasalah dengan status Kol-2 dapat dilakukan melalui penagihan biasa atau melaksanakan restrukturisasi tergantung kesepakatan antara debitur dengan kreditur.

3. Kol-3 (Kurang Lancar)

   Kol-3 atau Kolek 3 dengan tagar (Kurang Lancar) merupakan status kolektibilitas debitur yang terlambat membayar lebih dari 90 hari sejak tanggal jatuh tempo bulanannya sampai dengan sekurang-kurangnya 120 hari atau 3-4 bulan lamanya (debitur menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga antara 91-120 hari). Penetapan status Kol-3 secara manual dapat diberikan oleh bank apabila debitur masih memiliki itikad baik meskipun kemampuan membayarnya kurang memadai namun bank meyakini debitur masih memiliki aliran kas yang cukup baik. Pada tahap status ini, bank berkewajiban mengeluarkan Surat Peringatan (SP) Pertama dan mulai melakukan perhitungan akrual terhadap tunggakan pokok dan bunga berjalan, tunggakan penalti berjalan, tunggakan administrasi pembukuan,

dan tunggakan-tunggakan lainnya melalui penerbitan anjak piutang. Apabila masih memungkinkan debitur untuk mampu membayar kewajibannya, restrukturisasi dapat dilaksanakan.

4. Kol-4 (Diragukan)

Kol-4 atau Kolek 4 dengan tagar (Diragukan) merupakan status kolektibilitas yang menandakan keterlambatan membayar melebihi 120 hari sejak tanggal jatuh tempo bulanannya atau maksimum 4 bulan ke atas (debitur menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga antara 121-180 hari). Pada tahap status kolektibilitas ini, bank sudah harus mengambil asumsi angsuran pokok dan bunga kredit tidak terbayarkan dan bersiap mengambil kesimpulan penyelesaian kredit bermasalah melalui pelelangan agunan sesuai pasal 6 Undang-Undang No 4 Tahun 1996 tentang hak tanggungan atas tanah beserta benda-benda yang berkaitan dengan tanah yang berbunyi:

“Apabila debitor cidera janji, pemegang Hak Tanggungan pertama mempunyai hak untuk menjual obyek Hak Tanggungan atas kekuasaan sendiri melalui pelelangan umum serta mengambil pelunasan piutangnya dari hasil penjualan tersebut.”

Hak Tanggungan adalah hak jaminan atas tanah untuk pelunasan utang tertentu, yang memberikan kedudukan diutamakan kepada kreditor tertentu terhadap kreditor-kreditor lain. Dalam arti, bahwa jika debitor cidera janji, kreditor

pemegang Hak Tanggungan berhak menjual melalui pelelangan umum tanah yang dijadikan jaminan menurut ketentuan peraturan perundang-undangan yang bersangkutan, dengan hak mendahulu daripada kreditor-kreditor yang lain (Uraian penjelasan Undang-Undang No 4 Tahun 1996).

Pada tahap ini, secara manual Kol-4 dapat digeser ke Kol-5 apabila bank telah memperoleh keyakinan bahwa debitur tidak hanya tidak mampu membayar kewajibannya, tetapi juga tidak memiliki itikad baik untuk menyelesaikan kewajibannya. Di tahap ini pula, bank berkewajiban mengeluarkan Surat Peringatan-2 dan Surat Peringatan-3 kepada debitur.

5. Kol-5 (Macet)

Kol-5 atau Kolek 5 dengan tagar (MACET) merupakan kolektibilitas terendah yang tergolong *Non-Performing Loan* (NPL) yang merepresentasikan angsuran pokok dan bunga kredit tidak terbayarkan oleh debitur dengan menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga lebih dari 180 hari, sehingga bank berkewajiban melaksanakan penyelesaian kredit bermasalah paling terakhir yaitu melelang agunan untuk menutup PPAP yang terbentuk 100 persen dari aktiva produktif untuk mengcover resiko terburuk kredit. Penyisihan Penghapusan Aset Produktif (PPAP) adalah cadangan yang harus dibentuk sebesar persentase tertentu dari baki debet

berdasarkan penggolongan kualitas Aset Produktif. Status kolektibilitas Kol-5 atau Kolek 5 lebih populer dengan sebutan Kredit Macet. Bank berhak melakukan pelelangan agunan setelah mengeluarkan Surat Peringatan (SP) sebanyak 3 kali, menerbitkan anjak piutang, dan melaporkan riwayat penanganan dan penyelesaian kredit, mulai dari riwayat penagihan, negosiasi dan restrukturisasi (bila terdapat restrukturisasi). NPL secara total pada suatu unit kerja perbankan disyaratkan harus di bawah 3 persen sebagai ambang batas coverage Kol-5. Secara makro, bila dibiarkan dapat menyebabkan kondisi perekonomian moneter di Indonesia memburuk dan memiliki trickledown effect terhadap perekonomian keseluruhan.

Pastikan semua dokumen yang dibutuhkan lengkap dan valid agar proses pengajuan kredit berjalan lancar.

B. Penelitian Terdahulu

a. Nurul Hidayah Judul Penelitian: "Pengaruh Pembiayaan Leasing terhadap Peningkatan Penjualan Kendaraan Bermotor di Dealer Abadi Motor" 2016, Penelitian ini menemukan bahwa pembiayaan melalui leasing memberikan kemudahan akses pembelian bagi konsumen, sehingga mendorong peningkatan penjualan.

b. Muhammad Fahmi Judul Penelitian: "Peranan Perusahaan

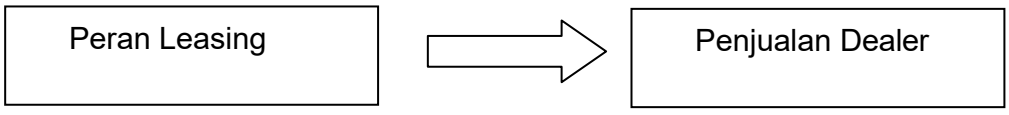
Leasing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kendaraan di PT. Arta Jaya 2018, Studi ini menunjukkan bahwa kerjasama dealer dengan perusahaan leasing mampu meningkatkan daya beli masyarakat, terutama karena sistem kredit yang lebih terjangkau.

c. Ratna Sari Judul Penelitian: "Peran Leasing dalam Meningkatkan Penjualan Kendaraan Bermotor di Kota Makassar 2019 Penelitian ini mengungkapkan bahwa leasing berkontribusi besar terhadap penjualan kendaraan bermotor, terutama dalam menarik konsumen kelas menengah.

d. Andi Surya Judul Penelitian: "Pengaruh Kerjasama Dealer dan Leasing terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor KotaBaubau 2020 Studi ini menyimpulkan bahwa kolaborasi antara dealer dan perusahaan leasing sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga penjualan meningkat secara signifikan.

C. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang tepat untuk topik "Peran Leasing dalam Meningkatkan Penjualan Kendaraan pada Dealer (Studi Kasus PT. Hadji Kalla Cabang Polman)" adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif atau kuantitatif, tergantung pada fokus yang diambil.

Pendekatan kualitatif: digunakan jika ingin memahami secara mendalam bagaimana mekanisme leasing berperan dalam mendukung penjualan di dealer, serta persepsi dari pihak dealer, pelanggan, dan perusahaan leasing. Data bisa dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

B. Waktu dan Tempat

Tempat penelitian dilakukan di Kantor PT. Hadji Kalla Cabang Polman, Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian yaitu salama 3 bulan.

C. Informan

Dalam penelitian mengenai peran leasing dalam meningkatkan penjualan kendaraan pada dealer, khususnya di PT. Hadji Kalla Cabang Polman, informan yang dapat dipertimbangkan adalah

pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung dalam proses penjualan dan leasing kendaraan. Beberapa informan potensial untuk penelitian ini meliputi:

a. Manajer Cabang PT.Hadji Kalla Cabang Polman

   Manajer cabang memiliki pandangan strategis terkait penjualan dan bisa memberikan informasi mengenai kebijakan dan strategi yang diterapkan oleh dealer dalam bekerja sama dengan perusahaan leasing.

b. Sales Supervisor dan Tim Penjualan

   Mereka berada di garis depan penjualan kendaraan dan memahami secara langsung bagaimana mekanisme leasing mempengaruhi minat beli konsumen dan transaksi kendaraan. Mereka juga bisa memberikan data lapangan mengenai tren penjualan yang di pengaruhi oleh skema leasing.

c. Perwakilan Leasing (Misalnya, Staff Marketing Leasing)

   Perwakilan dari perusahaan leasing yang bekerja sama dengan PT. Hadji Kalla dapat memberikan informasi mengenai peran mereka dalam menarik pelanggan serta strategi pemasaran leasing yang digunakan untuk mendorong penjualan kendaraan.

d. Konsumen Yang Menggunakan Layanan Leasing

   Konsumen yang membeli kendaraan melalui skema leasing dapat memberikan sudut pandang mengenai bagaimana layanan

leasing mempermudah pembelian, faktor-faktor apa yang mendorong mereka memilih leasing, serta bagaimana proses leasing mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Dengan wawancara atau diskusi dengan informan-informan ini, kamu bisa mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran leasing dalam mendongkrak penjualan kendaraan di PT. Hadji Kalla Cabang Polman.

D. Defenisi Operasional Variabel

a. Peran Leasing

Definisi: Peran leasing mengacu pada bagaimana layanan pembiayaan kendaraan bermotor yang ditawarkan oleh perusahaan leasing berkontribusi pada peningkatan penjualan kendaraan di dealer.
Indikator:

1. Ketersediaan program pembiayaan (leasing) yang menarik.
2. Suku bunga leasing yang kompetitif.
3. Proses persetujuan leasing yang cepat dan mudah.
4. Kemudahan persyaratan bagi konsumen.
5. Jangka waktu cicilan yang fleksibel.

Pengukuran: Penilaian dapat dilakukan melalui survei atau wawancara dengan karyawan dealer, konsumen, atau staf leasing mengenai sejauh mana program leasing membantu penjualan, serta data jumlah kendaraan yang terjual melalui skema leasing.

b. Penjualan Kendaraan

Definisi: Penjualan kendaraan mengacu pada jumlah unit kendaraan yang berhasil dijual oleh dealer dalam periode tertentu.

Indikator:

1) Jumlah unit kendaraan yang terjual dalam periode tertentu.
2) Persentase peningkatan penjualan kendaraan dari waktu ke waktu.
3) Pengaruh leasing terhadap total volume penjualan.

Pengukuran: Data kuantitatif dari dealer tentang jumlah kendaraan yang terjual, baik secara keseluruhan maupun yang terjual melalui skema leasing.

E. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

a) Data Primer: Data yang dikumpulkan langsung dari sumber utama.

1. Wawancara: Melakukan wawancara dengan manajer penjualan, staf leasing, atau konsumen yang membeli kendaraan melalui leasing di PT. Hadji Kalla Cabang Polman.
2. Kuesioner : Menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli kendaraan melalui leasing untuk mengetahui persepsi mereka mengenai kemudahan dan keuntungan leasing.

3. Observasi: Melakukan observasi di dealer untuk melihat bagaimana mekanisme leasing diterapkan dalam proses penjualan kendaraan.

b) Data Sekunder: Data yang sudah tersedia dan bisa diperoleh dari sumber lain.

1. Laporan Penjualan: Data penjualan kendaraan di PT. Hadji Kalla, termasuk penjualan melalui leasing.
2. Dokumen Perusahaan: Laporan atau dokumen internal terkait kontribusi leasing terhadap penjualan.
3. Publikasi dan Artikel: Artikel atau laporan industri otomotif yang membahas tren penggunaan leasing dalam penjualan kendaraan.
4. Data dari Perusahaan Leasing: Informasi dari perusahaan leasing yang bekerja sama dengan PT. Hadji Kalla, terkait jumlah pembiayaan dan tren leasing di wilayah Polman.

b. Sumber Data

a) Dealer PT. Hadji Kalla Cabang Polman: Sumber utama untuk mendapatkan data penjualan kendaraan dan kontribusi leasing.

b) Perusahaan Leasing yang Bekerja Sama: Sumber informasi tentang pembiayaan dan bagaimana leasing mempengaruhi keputusan pembelian.

c) Konsumen PT. Hadji Kalla: Konsumen yang membeli kendaraan dengan metode leasing, sebagai sumber data persepsi dan pengalaman.

d) Laporan Industri Otomotif: Laporan dari asosiasi dealer atau badan statistik otomotif mengenai tren leasing di industri kendaraan.

F. Tekhnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian mengenai peran leasing dalam meningkatkan penjualan kendaraan di dealer, teknik pengumpulan data yang umum digunakan meliputi beberapa metode, di antaranya:

a. Wawancara

Teknik ini melibatkan interaksi langsung dengan pihak- pihak terkait seperti manajer, staf penjualan, dan konsumen. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur atau semi- terstruktur untuk memperoleh informasi yang mendalam tentang pengalaman dan pandangan mereka terkait peran leasing.

b. Kuesioner

Peneliti dapat menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli kendaraan melalui leasing. Kuesioner bisa berisi pertanyaan tertutup atau terbuka mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan jasa leasing dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

c. Observasi

Teknik ini melibatkan pengamatan langsung terhadap proses penjualan kendaraan di dealer, bagaimana transaksi leasing berlangsung, serta interaksi antara konsumen, dealer, dan pihak leasing.

d. Studi Kasus

Mengumpulkan data sekunder dari dokumen- dokumen internal perusahaan seperti laporan penjualan, data pelanggan, serta kontrak leasing. Ini membantu untuk menganalisis tren penjualan sebelum dan setelah penggunaan leasing.

G. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kualitatif mengenai peran leasing dalam meningkatkan penjualan kendaraan pada dealer,khususnya studi kasus di PT.HadjjiKallaCabangPolman, teknikanalisis datakualitatif yang bisa digunakan meliputi beberapa tahapan berikut:

a. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dapat dilakukan dengan pihak dealer, karyawan leasing, dan pelanggan untuk mendapatkan pemahaman tentang peran leasing dalam proses penjualan kendaraan.

b. Reduksi Data

Data yang terkumpul dari hasil wawancara atau observasi kemudian diringkas, dipilih, dan difokuskan pada aspek- aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Ini bertujuan untuk menyaring informasi yang dianggap tidak relevan.

c. Penyajian Data

Setelah data direduksi, hasil penelitian disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau skema agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Penyajian ini berfokus pada pola atau tema utama terkait peran leasing dalam mendorong penjualan kendaraan.

d. Penarikan Kesimpulan

Setelah data disajikan, peneliti kemudian menarik Kesimpulan dari pola atau hubungan yang di temukan.Peneliti bisa melihat bagaimana leasing membantu meningkatkan penjualan, misalnya dengan memberikan kemudahan pembayaran bagi konsumen atau mempercepat proses pembelian.

e. Triangulasi

Untuk memastikan validitas data, metode triangulasi dapat digunakan. Hal ini melibatkan perbandingan data dari berbagai sumber (misalnya, wawancara dengan pihak leasing, dealer, dan konsumen) untuk memastikan konsistensi informasi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT.Hadji Kalla Cabang Polman

Kalla Toyota Polman merupakan satu-satunya Dealer resmi kendaraan Toyota yang terletak di Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Sebagai bagian dari PT Hadji Kalla, perusahaan ini berfokus pada distribusi dan pelayanan kendaraan Toyota di wilayah tersebut. PT Hadji Kalla sendiri adalah grup bisnis yang telah lama beroperasi di Indonesia dan dikenal memiliki berbagai cabang usaha di bidang otomotif, properti, dan sektor lainnya. Toyota sendiri dikenal sebagai salah satu merek kendaraan yang sangat populer di Indonesia, dan PT. Hadji Kalla Toyota Polman hadir untuk memenuhi permintaan konsumen akan kendaraan yang berkualitas dan layanan purna jual yang handal.

Sebagai dealer resmi, PT. Hadji Kalla Toyota Polman tidak hanya menjual kendaraan baru, tetapi juga memberikan layanan purna jual yang meliputi servis, perawatan kendaraan, serta penyediaan suku cadang asli Toyota. Perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan tetap menjaga standar kualitas dan kepercayaan yang telah diberikan oleh Toyota dan masyarakat. Dengan tim yang profesional dan fasilitas yang memadai,

PT. Hadji Kalla Toyota Polman berupaya untuk terus berkembang dan menjadi salah satu dealer Toyota terbaik di wilayah Sulawesi Barat.

PT. Hadji Kalla Toyota Polman adalah salah satu dealer resmi kendaraan Toyota yang berlokasi di Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Dealer ini merupakan bagian dari Hadji Kalla Group, yang telah memiliki reputasi yang kuat di berbagai sektor industri di Indonesia, termasuk otomotif, properti, dan sektor lainnya. Dealer ini fokus pada penjualan kendaraan Toyota, baik untuk pelanggan pribadi maupun korporat. PT. Hadji Kalla Toyota Polman juga menyediakan berbagai layanan purna jual yang meliputi perawatan dan servis kendaraan, penggantian suku cadang asli, serta berbagai produk dan jasa yang mendukung kepuasan pelanggan. Dengan komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dealer ini selalu mengutamakan kualitas, kepercayaan, dan kenyamanan bagi setiap pelanggan yang datang.

1. Visi dan Misi

Visi : Menjadi dealer Toyota terdepan yang memberikan pengalaman terbaik dalam layanan penjualan dan purna jual bagi pelanggan di wilayah Sulawesi Barat.

Misi : Memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan efisien, serta terus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan otomotif masyarakat.

2. Produk dan Layanan

a. Penjualan Kendaraan Baru

b. Layanan Purna Jual

c. Kredit dan Pembiayaan

d. Layanan Suku Cadang.

3. Kelebihan PT Hadji Kalla Toyota Polman

a. Layanan Profesional : PT. Hadji Kalla Toyota Polman dikenal dengan layanan pelanggan yang ramah dan profesional, dengan staf yang terlatih untuk memenuhi setiap kebutuhan pelanggan.

b. Fasilitas Lengkap : Dengan fasilitas yang lengkap dan modern, dealer ini mampu menyediakan pengalaman belanja yang nyaman dan efisien.

c. Jaringan Dealer Toyota : Sebagai bagian dari jaringan dealer resmi Toyota, PT. Hadji Kalla Toyota Polman selalu memperbarui produk dan layanan yang ditawarkan, mengikuti perkembangan dan teknologi terbaru dari Toyota.

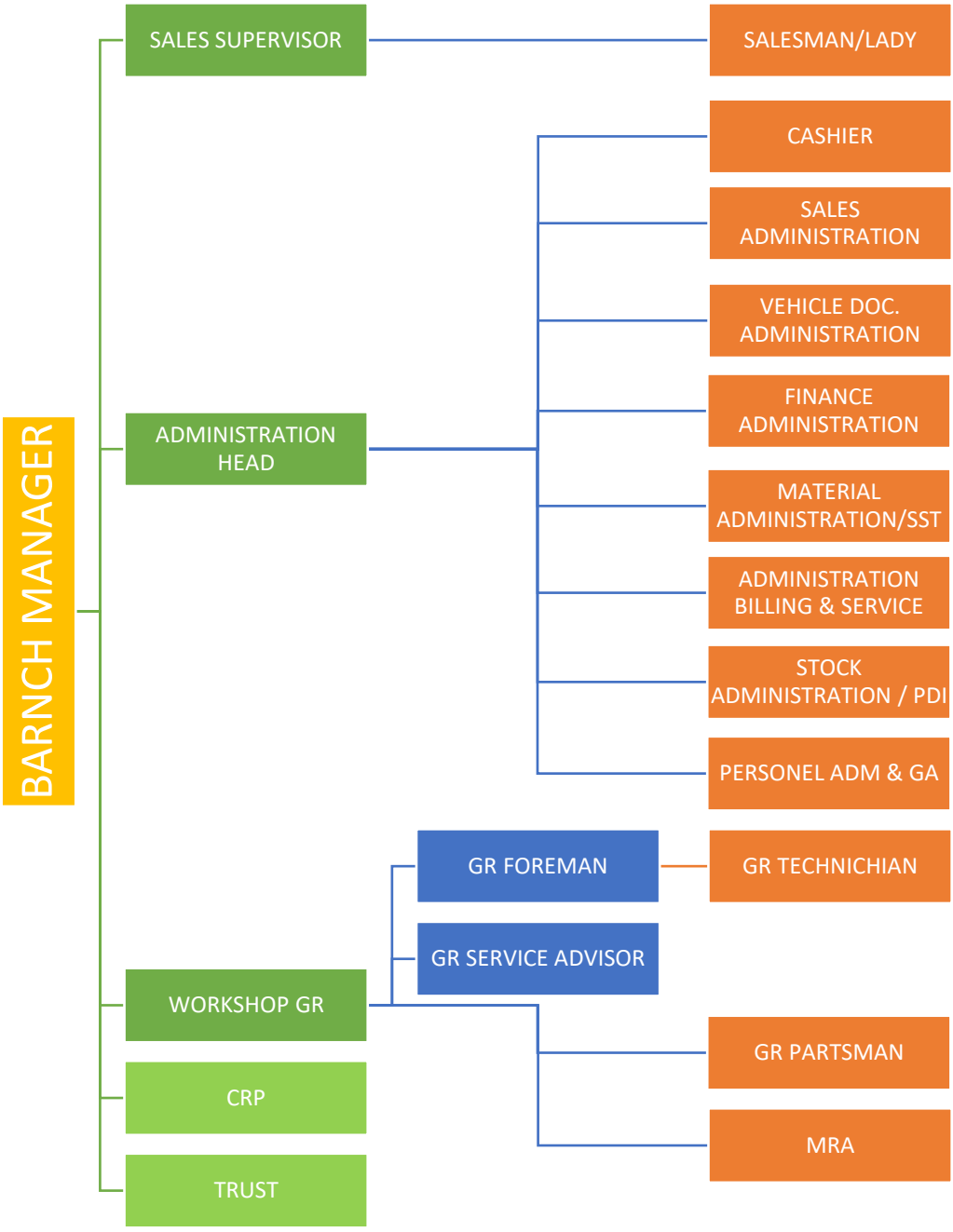
4. Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan

PT. Hadji Kalla Toyota Polman berfokus pada kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan menyeluruh. Dealer ini memiliki reputasi baik dalam menangani kebutuhan konsumen, baik dalam hal penjualan maupun layanan purna jual, serta selalu menjaga kualitas hubungan jangka panjang dengan

pelanggan. Dengan tim yang berpengalaman dan dedikasi yang tinggi, PT. Hadji Kalla Toyota Polman berkomitmen untuk terus berinovasi dan berkembang guna memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat Sulawesi Barat.

B. Struktur Organisasi

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



Tujuan Jabatan:

1. *Branch Manager*: Memastikan tercapainya target kinerja cabang dalam hal penguasaan pasar, target penjualan, kondisi keuangan dan pelayanan, melalui strategi dan program yang terintegrasi, efektif dan efisien, selaras dengan perkembangan bisnis perusahaan.
2. *Sales Supervisor*: Memastikan peningkatan kinerja karyawan (*counter sales dan salesman/saleslady*) serta melakukan pengawasan dan kontrol terkait dengan pencapain target.
3. *Counter Sales/Salesman/Sales Lady*: Memastikan tercapainya target penjualan melalui penjualan kendaraan sesuai prosedur, yang didukung oleh pelayanan sesuai standar perusahaan serta kelengkapan dokumen kendaraan.
4. *Administration Head*: Memastikan tersedianya dukungan administrasi dan pelayanan di Kantor Cabang secara efektif dan efisien, sesuai dengan prosedur yang berlaku di perusahaan dan mengontrol administrasi untuk area service AR dan BP berjalan dengan semestinya.
5. *Cashier*: Memastikan ketepatan dan keakuratan transaksi keuangan mulai dari pemasukan, pengeluaran, pembayaran, hingga mengarsipkan bukti-bukti transaksi yang telah dilakukan.
6. *Sales Administration*: Melakukan proses kegiatan yang berhubungan dengan sales dalam hal membantu sales dalam proses Menyiapkan Dokumen DEC, Pembuatan berkas penagihan (*Covernote*)

ke Leasing (*Collection Leasing*), Melakukan Kontrol pembayaran AR, serta proses diskon dicabang.

7. Vehicle Doc. Administration: Melakukan pengurusan surat-surat kendaraan sesuai prosedur dan tepat waktu.
8. Finance Administration: Memastikan penyelenggarakan fungsi pembukuan/pencatatan data akuntasi sesuai prosedur yang telah ditentukan sehingga terwujud penyelenggaraan sistem akuntansi keuangan yang *auditable* dan *accountable* serta memastikan pengaturan seluruh administrasi keuangan dan pengelolaan pajak di kantor cabang.
9. *Material Administration/SST*: Menyediakan dan mengontrol peralatan SST untuk operasional bengkel.
10. *Administration Billing & Service*: Melaksanakan proses kegiatan yang berkaitan dengan hasil rekap invoice serta penagihan biaya jasa service dan part serta sebagai penghubung antara SA dan KASIR.
11. *Stock Administration/PDI*:

    Melakukan proses pengambilan/pengecekan/perawatan/perbaikan dan penyerahan stock kendaraan yang ada di cabang.
12. *Personel ADM & GA:* Memastikan semua kebutuhan material terpenuhi dan melakukan pembayaran ke bank setiap hari.
13. *Workshop GR/Service Head*: Memastikan pelayanan aftersales di Kantor Cabang dilakukan secara efektif, sehingga dapat menjalankan fungsi sebagai tulang punggung penjualan dalam

meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Memastikan pengelolaan persediaan suku cadang dan kelengkapan peralatan bengkel. Memastikan terlaksananya pengelolaan lingkungan dan K3 secara efektif.

14. *GR Foreman:* Melakukan final inspeksi dan memberikan pengarahan kepada teknisi mengenai tugas yang akan dilaksanakan.
15. *GR Service Advisor*: Memastikan pelaksanaan pelayanan terhadap costumer dengan berlandaskan *six proses* (*Maintenance*, persiapan, penerimaan, produksi, penyerahan, dan diakhiri *follow up* setelah *service*) dan Memastikan penyelesaian permasalahan yang terdapat pada kendaraan terselesaiakan dan mengacu pada informasi yang disampaikan oleh pelanggan
16. *GR Technician*: Memastikan terlaksananya *service*/perbaikan serta pemeliharaan kendaraan *customer*.
17. *GR Partsman*: Memastikan pengelolaan *stock part* di gudang part berdasarkan standar yang telah ditetapkan Toyota sehingga ketersediaan part bengkel lebih efektif dan efisien.
18. MRA: Memastikan pembuatan laporan serta memastikan terlaksananya proses *reminding* untuk *service* secara berkala dan proses *booking*.
19. CRP: Memastikan semua keluhan pelanggan dapat terselesaikan secara tuntas dalam waktu yang cepat, dengan penanganan yang mengacu pada prosedur penanganan keluhan pelanggan.

Memastikan terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan dengan upaya melaksanakan kegiatan yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Memastikan pelayanan yang menyeluruh dalam setiap interaksi pelanggaran di seluruh area.

20. *Trust:* Menjalankan fungsi *Used Car Advisor* berdasarkan step-step taksasi agar dapat memberikan pelayanan yang baik bagi customer.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Laporan Penjualan 2020

Tabel 5. 1 Laporan Penjualan 2020 Astra Credit Company

TAHUN 2020											
No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
1	ASTRA CREDIT COMPANY	Jan		CASHBACK 3JT	Jan/Feb/Mar	3	CASHBACK 3JT	Jan-Jun	6	CASHBACK 3JT	26
		Feb		CASHBACK 3JT							
		Mar	3	CASHBACK 3JT							
		Apr	1	CASHBACK 3JT	Apr/Mei/Jun	3	CASHBACK 3JT				
		Mei	2	CASHBACK 3JT							
		Jun		CASHBACK 3JT							
		Jul		CASHBACK 3JT	Jul/Aug/Sep	2	CASHBACK 3JT	Jul-Dec	20	CASHBACK 3JT	
		Aug	1	CASHBACK 3JT							
		Sep	1	CASHBACK 3JT							
		Oct	3	CASHBACK 3JT	Oct/Nov/Dec	18	CASHBACK 3JT				
		Nov	6	CASHBACK 3JT							
		Dec	9	CASHBACK 3JT							
	Total Unit Terjual							**26 Unit**			

Pada tahun 2020, Astra Credit Company berhasil mencatatkan penjualan dengan program *Cashback 3 Juta* dalam beberapa periode waktu. Setiap tiga bulan, jumlah unit yang terjual mengalami fluktuasi. Pada Januari hingga Maret, sebanyak 3 unit terjual. Kemudian, periode April hingga Juni juga mencatatkan penjualan sebesar 3 unit. Pada Juli hingga September, jumlah unit yang terjual sedikit meningkat menjadi 2 unit, sedangkan periode Oktober hingga Desember mengalami lonjakan signifikan dengan total 18 unit.

Jika melihat dari segi semester atau periode enam bulan, jumlah unit yang terjual lebih stabil. Pada semester pertama (Januari–Juni), total penjualan mencapai 6 unit. Kemudian, pada semester kedua (Juli–

Desember), penjualan melonjak drastis menjadi 20 unit.

Secara keseluruhan, sepanjang tahun 2020, Astra Credit Company berhasil menjual total 26 unit melalui program *Cashback 3 Juta*. Kenaikan jumlah unit yang terjual terlihat signifikan di paruh kedua tahun ini, terutama pada kuartal terakhir yang menjadi periode dengan penjualan tertinggi. Hal ini menunjukkan efektivitas program promosi yang dijalankan, terutama menjelang akhir tahun.

Tabel 5. 2 Laporan Penjualan 2020 PT. Adira Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
2	PT. ADIRA FINANCE	Jan			Jan/Feb/Mar	1		Jan-Jun	1		1
		Feb									
		Mar	1								
		Apr			Apr/Mei/Jun						
		Mei									
		Jun									
		Jul			Jul/Aug/Sep			Jul-Dec			
		Aug									
		Sep									
		Oct			Oct/Nov/Dec						
		Nov									
		Dec									
	Total Unit Terjual							**1 Unit**			

Pada tahun 2020, PT. ADIRA FINANCE mencatat penjualan unit kendaraan dengan distribusi yang berbeda setiap periode. Dalam periode tiga bulanan, satu unit terjual pada Januari hingga Maret. Selanjutnya, dalam periode enam bulanan, tambahan satu unit lagi terjual dalam rentang waktu Januari hingga Juni. Secara keseluruhan, dalam satu tahun penuh, PT. ADIRA FINANCE berhasil menjual total satu unit kendaraan.

Meskipun angka penjualan ini tergolong minimal, tren penjualan menunjukkan bahwa transaksi terjadi di awal tahun. Tidak ada

tambahan unit yang terjual pada periode triwulan lainnya, baik pada April hingga Juni, Juli hingga September, maupun Oktober hingga Desember. Demikian pula, tidak ada peningkatan jumlah unit pada semester kedua tahun 2020.

Hasil penjualan ini memberikan gambaran bahwa perlu adanya evaluasi strategi pemasaran serta peningkatan daya tarik program pembiayaan guna mendorong peningkatan angka penjualan di masa mendatang. Optimalisasi promosi dan penyesuaian strategi dengan kondisi pasar dapat menjadi langkah penting agar capaian penjualan lebih maksimal di tahun-tahun berikutnya.

Tabel 5. 3 Laporan Penjualan 2020 PT. Mandiri Tunas Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
3	PT. MANDIRI TUNAS FINANCE	Jan	7		Jan/Feb/Mar	17		Jan-Jun	17		17
		Feb	4								
		Mar	6								
		Apr			Apr/Mei/Jun						
		Mei									
		Jun									
		Jul			Jul/Aug/Sep			Jul-Dec			
		Aug									
		Sep									
		Oct			Oct/Nov/Dec						
		Nov									
		Dec									
	Total Unit Terjual							**17 Unit**			

Pada tahun 2020, PT. Mandiri Tunas Finance mencatat penjualan unit leasing dengan pencapaian yang bervariasi setiap periodenya. Dalam periode tiga bulan pertama (Januari–Maret), total unit yang terjual mencapai 17 unit, dengan rincian 7 unit pada Januari, 4 unit pada Februari, dan 6 unit pada Maret.

Kemudian, dalam periode enam bulan pertama (Januari–Juni),

jumlah unit yang terjual tetap sebesar 17 unit, menunjukkan bahwa tidak ada tambahan penjualan pada bulan April, Mei, dan Juni.

Secara keseluruhan, total unit yang terjual sepanjang tahun 2020 juga berjumlah 17 unit, yang berarti tidak ada peningkatan penjualan setelah Juni hingga Desember. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas penjualan leasing di PT. Mandiri Tunas Finance lebih aktif pada kuartal pertama tahun tersebut, sementara pada bulan-bulan berikutnya tidak terjadi transaksi tambahan.

Pola penjualan ini dapat menjadi evaluasi untuk strategi bisnis di tahun berikutnya agar dapat meningkatkan angka penjualan secara lebih merata sepanjang tahun.

Tabel 5. 4 Laporan Penjualan 2020 PT. Mandiri Utama Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
4	PT. MANDIRI UTAMA FINANCE	Jan	2		Jan/Feb/Mar	6		Jan-Jun	6		6
		Feb	3								
		Mar	1								
		Apr			Apr/Mei/Jun						
		Mei									
		Jun									
		Jul			Jul/Aug/Sep			Jul-Dec			
		Aug									
		Sep									
		Oct			Oct/Nov/Dec						
		Nov									
		Dec									
	Total Unit Terjual							**6 Unit**			

Pada tahun 2020, PT. Mandiri Utama Finance mencatatkan total penjualan sebanyak 6 unit. Jika dilihat berdasarkan periode waktu, penjualan dalam program 3 bulan mencapai 6 unit, yang terjual selama Januari, Februari, dan Maret. Sementara itu, dalam program 6 bulan, jumlah unit yang terjual juga mencapai 6 unit, tersebar dalam rentang

Januari hingga Juni.

Secara keseluruhan, total penjualan dalam satu tahun penuh tetap 6 unit, menunjukkan bahwa seluruh penjualan terjadi dalam paruh pertama tahun 2020, tanpa tambahan unit terjual di semester kedua. Hal ini menggambarkan tren penjualan yang lebih aktif di awal tahun, sementara periode selanjutnya tidak mencatatkan transaksi tambahan.

Dengan demikian, pencapaian ini menunjukkan adanya potensi untuk peningkatan penjualan di semester kedua guna mencapai distribusi yang lebih merata sepanjang tahun.

Tabel 5. 5 Laporan Penjualan 2020 Toyota Astra Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
5	TOYOTA ASTRA FINANCE	Jan	9	CASHBACK 4JT	Jan/Feb/Mar	18	CASHBACK 4JT	Jan-Jun	38	CASHBACK 4JT	95
		Feb	6	CASHBACK 4JT							
		Mar	3	CASHBACK 4JT							
		Apr	8	CASHBACK 4JT	Apr/Mei/Jun	20	CASHBACK 4JT				
		Mei	6	CASHBACK 4JT							
		Jun	6	CASHBACK 4JT							
		Jul	9	CASHBACK 4JT	Jul/Aug/Sep	19	CASHBACK 4JT	Jul-Dec	57	CASHBACK 4JT	
		Aug	3	CASHBACK 4JT							
		Sep	7	CASHBACK 4JT							
		Oct	9	CASHBACK 4JT	Oct/Nov/Dec	38	CASHBACK 4JT				
		Nov	10	CASHBACK 4JT							
		Dec	19	CASHBACK 4JT							
	Total Unit Terjual							**95 Unit**			

Pada tahun 2020, Toyota Astra Finance mencatat penjualan yang konsisten dengan program *Cashback 4 Juta* yang ditawarkan setiap bulan. Selama periode tiga bulan, penjualan tertinggi terjadi pada Oktober–Desember dengan total 38 unit terjual, diikuti oleh April–Juni dengan 20 unit, serta Januari–Maret dan Juli–September masing-masing dengan 18 dan 19 unit.

Dalam periode enam bulan pertama (Januari–Juni), total

penjualan mencapai 38 unit, sementara pada Juli–Desember angka ini meningkat signifikan menjadi 57 unit. Dengan strategi promosi yang berkelanjutan, total unit yang berhasil terjual sepanjang tahun mencapai 95 unit.

Peningkatan penjualan di paruh kedua tahun menunjukkan efektivitas program cashback dalam menarik minat pelanggan. Dengan capaian ini, Toyota Astra Finance terus memperkuat posisinya sebagai salah satu pilihan utama dalam pembiayaan kendaraan Toyota di Indonesia.

Tabel 5. 6 Laporan Penjualan 2020 Cash

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
6	CASH	Jan	7		Jan/Feb/Mar	20		Jan-Jun	37		91
		Feb	9								
		Mar	4								
		Apr	5		Apr/Mei/Jun	17					
		Mei	2								
		Jun	10								
		Jul	3		Jul/Aug/Sep	16		Jul-Dec	54		
		Aug	4								
		Sep	9								
		Oct	7		Oct/Nov/Dec	38					
		Nov	13								
		Dec	18								
	Total Unit Terjual							**91 Unit**			

Pada tahun 2020, penjualan unit dengan metode pembayaran CASH menunjukkan tren yang cukup positif. Dalam periode tiga bulan pertama (Januari–Maret), total unit yang terjual mencapai 20 unit, dengan rincian 7 unit di Januari, 9 unit di Februari, dan 4 unit di Maret.

Memasuki periode enam bulan pertama (Januari–Juni), jumlah

unit yang terjual meningkat menjadi 37 unit. Selain dari penjualan pada kuartal pertama, tambahan unit terjual berasal dari 5 unit di April, 2 unit di Mei, dan 10 unit di Juni.

Penjualan semakin meningkat di paruh kedua tahun 2020. Pada periode Juli–Desember, total unit yang terjual mencapai 54 unit, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember sebanyak 18 unit. Sementara itu, penjualan kuartal keempat (Oktober–Desember) mencapai 38 unit, mencerminkan tren kenaikan yang signifikan di akhir tahun.

Secara keseluruhan, jumlah unit yang berhasil terjual dengan metode CASH sepanjang tahun 2020 adalah 91 unit. Angka ini menunjukkan permintaan yang stabil dan peningkatan signifikan terutama di semester kedua tahun tersebut.

2. Laporan Penjualan 2021

Tabel 5. 7 Laporan Penjualan 2021 Astra Credit Company

TAHUN 2021											
No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
1	ASTRA CREDIT COMPANY	Jan	1	CASHBACK 3JT	Jan/Feb/Mar	11	CASHBACK 3JT	Jan-Jun	30	CASHBACK 3JT	81
		Feb	1	CASHBACK 3JT							
		Mar	9	CASHBACK 3JT							
		Apr	7	CASHBACK 3JT	Apr/Mei/Jun	19	CASHBACK 3JT				
		Mei	9	CASHBACK 3JT							
		Jun	3	CASHBACK 3JT							
		Jul	5	CASHBACK 3JT	Jul/Aug/Sep	29	CASHBACK 3JT	Jul-Dec	51	CASHBACK 3JT	
		Aug	10	CASHBACK 3JT							
		Sep	14	CASHBACK 3JT							
		Oct	10	CASHBACK 3JT	Oct/Nov/Dec	22	CASHBACK 3JT				
		Nov	5	CASHBACK 3JT							
		Dec	7	CASHBACK 3JT							
	Total Unit Terjual							81 Unit			

Astra Credit Company (ACC) terus menunjukkan kinerja yang

solid dalam penjualan unit kendaraan melalui program CASHBACK 3JT sepanjang tahun 2021. Program ini telah berjalan sejak tahun sebelumnya dan tetap menarik minat pelanggan yang ingin memiliki kendaraan dengan keuntungan tambahan berupa cashback sebesar 3 juta rupiah.

Pada periode tiga bulan pertama tahun 2021 (Januari–Maret), ACC berhasil mencatat penjualan sebanyak 11 unit. Jumlah ini menunjukkan antusiasme pelanggan terhadap program yang memberikan keuntungan finansial dalam bentuk cashback. Memasuki kuartal kedua (April–Juni), penjualan meningkat menjadi 19 unit, menunjukkan adanya pertumbuhan yang positif seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kendaraan.

Kemudian, dalam periode enam bulan pertama tahun 2021 (Januari–Juni), total unit yang berhasil terjual mencapai 30 unit. Tren kenaikan ini terus berlanjut di semester kedua (Juli–Desember), di mana total penjualan selama periode ini mencapai 51 unit. Dengan performa penjualan yang konsisten dan meningkat, total unit kendaraan yang berhasil terjual sepanjang tahun 2021 mencapai 81 unit.

Keberhasilan ACC dalam mempertahankan program CASHBACK 3JT sebagai strategi pemasaran yang efektif membuktikan bahwa program ini tetap relevan dan diminati pelanggan. Dengan pencapaian ini, ACC terus berkomitmen untuk memberikan kemudahan dan

keuntungan bagi masyarakat yang ingin memiliki kendaraan dengan program pembiayaan yang menguntungkan.

Tabel 5. 8 Laporan Penjualan 2021 Toyota Astra Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
2	TOYOTA ASTRA FINANCE	Jan	5	CASHBACK 4JT	Jan/Feb/Mar	25	CASHBACK 4JT	Jan-Jun	53	CASHBACK 4JT	170
		Feb	10	CASHBACK 4JT							
		Mar	10	CASHBACK 4JT							
		Apr	8	CASHBACK 4JT	Apr/Mei/Jun	27	CASHBACK 4JT				
		Mei	9	CASHBACK 4JT							
		Jun	10	CASHBACK 4JT							
		Jul	19	CASHBACK 4JT	Jul/Aug/Sep	64	CASHBACK 4JT	Jul-Dec	117	CASHBACK 4JT	
		Aug	20	CASHBACK 4JT							
		Sep	25	CASHBACK 4JT							
		Oct	10	CASHBACK 4JT	Oct/Nov/Dec	53	CASHBACK 4JT				
		Nov	20	CASHBACK 4JT							
		Dec	23	CASHBACK 4JT							
	Total Unit Terjual							**170 Unit**			

Toyota Astra Finance (TAF) mencatat pencapaian penjualan yang luar biasa sepanjang tahun 2021 dengan program promosi yang menarik, yaitu "CASHBACK 4JT". Program ini berhasil menarik minat konsumen sehingga jumlah unit yang terjual mengalami peningkatan yang signifikan dalam periode 3 bulan, 6 bulan, dan satu tahun.

Pada periode tiga bulan pertama (Januari-Maret), TAF berhasil menjual sebanyak 25 unit kendaraan. Penjualan di bulan Januari mencapai 5 unit, sedangkan Februari dan Maret menunjukkan peningkatan dengan masing-masing 10 unit terjual. Hal ini mencerminkan antusiasme konsumen terhadap program "CASHBACK 4JT" yang ditawarkan.

Memasuki semester pertama (Januari-Juni), penjualan semakin meningkat dengan total 53 unit kendaraan terjual. Rinciannya, pada bulan April sebanyak 8 unit, Mei sebanyak 9 unit, dan Juni sebanyak 10

unit. Program promosi yang berkelanjutan serta daya tarik cashback yang ditawarkan turut berkontribusi dalam meningkatkan angka penjualan.

Pada semester kedua (Juli-Desember), Toyota Astra Finance mencatat lonjakan signifikan dengan total 117 unit kendaraan terjual. Periode Juli-September mencatat angka penjualan sebanyak 64 unit, dengan rincian Juli sebanyak 19 unit, Agustus sebanyak 20 unit, dan September mencapai 25 unit. Sementara itu, pada periode Oktober-Desember, penjualan mencapai 53 unit dengan Oktober sebanyak 10 unit, November sebanyak 20 unit, dan Desember sebanyak 23 unit.

Secara keseluruhan, Toyota Astra Finance berhasil menjual 170 unit kendaraan sepanjang tahun 2021. Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan serta tingginya minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh TAF. Dengan adanya program promosi yang menarik dan layanan pembiayaan yang kompetitif, Toyota Astra Finance terus berkomitmen untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memiliki kendaraan impian mereka.

Tabel 5. 9 Laporan Penjualan 2021 Cash

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
3	CASH	Jan	13		Jan/Feb/Mar	45		Jan-Jun	103		202
		Feb	8								
		Mar	24								
		Apr	16		Apr/Mei/Jun	58					
		Mei	17								
		Jun	8								
		Jul	17		Jul/Aug/Sep	48		Jul-Dec	99		
		Aug	21								
		Sep	10								
		Oct	10		Oct/Nov/Dec	51					
		Nov	11								
		Dec	30								
	Total Unit Terjual							**202 Unit**			

Selain itu, penjualan kendaraan dengan sistem pembayaran CASH juga menunjukkan hasil yang sangat positif. Pada periode Januari-Maret, sebanyak 45 unit kendaraan berhasil terjual, dengan rincian Januari sebanyak 13 unit, Februari sebanyak 8 unit, dan Maret mencapai 24 unit. Ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pembelian kendaraan secara tunai cukup tinggi.

Pada periode enam bulan pertama (Januari-Juni), total penjualan kendaraan CASH meningkat signifikan dengan jumlah 103 unit. Di bulan April, penjualan mencapai 16 unit, Mei sebanyak 17 unit, dan Juni sebanyak 8 unit. Tren positif ini mencerminkan preferensi konsumen yang masih kuat terhadap pembayaran tunai tanpa melibatkan pembiayaan kredit.

Memasuki semester kedua (Juli-Desember), total unit terjual dengan pembayaran CASH mencapai 99 unit. Pada periode Juli-September, sebanyak 48 unit kendaraan terjual, dengan rincian Juli sebanyak 17 unit, Agustus sebanyak 21 unit, dan September sebanyak

10 unit. Sementara itu, pada periode Oktober-Desember, angka penjualan meningkat menjadi 51 unit, dengan Oktober sebanyak 10 unit, November sebanyak 11 unit, dan Desember mencapai 30 unit. Peningkatan ini menunjukkan bahwa banyak konsumen lebih memilih pembayaran secara tunai di akhir tahun.

Secara keseluruhan, total unit kendaraan yang terjual dengan pembayaran CASH sepanjang tahun 2021 mencapai 202 unit. Hal ini membuktikan bahwa meskipun terdapat berbagai pilihan pembiayaan, masih banyak konsumen yang lebih nyaman dengan sistem pembayaran tunai. Keberhasilan ini mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan serta stabilitas ekonomi yang memungkinkan mereka melakukan pembelian tanpa cicilan. Toyota Astra Finance akan terus berinovasi dan memberikan layanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen di masa mendatang.

3. Laporan Penjualan 2022

Tabel 5. 10 Laporan Penjualan 2022 Astra Credit Company

TAHUN 2022											
No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
1	ASTRA CREDIT COMPANY	Jan	7	CASHBACK 5JT	Jan/Feb/Mar	20	CASHBACK 5JT	Jan-Jun	42	CASHBACK 5JT	92
		Feb	4	CASHBACK 5JT							
		Mar	9	CASHBACK 5JT							
		Apr	5	CASHBACK 5JT	Apr/Mei/Jun	22	CASHBACK 5JT				
		Mei	15	CASHBACK 5JT							
		Jun	2	CASHBACK 5JT							
		Jul	6	CASHBACK 5JT	Jul/Aug/Sep	20	CASHBACK 5JT	Jul-Dec	50	CASHBACK 5JT	
		Aug	7	CASHBACK 5JT							
		Sep	7	CASHBACK 5JT							
		Oct	11	CASHBACK 5JT	Oct/Nov/Dec	30	CASHBACK 5JT				
		Nov	9	CASHBACK 5JT							
		Dec	10	CASHBACK 5JT							
	Total Unit Terjual							202 Unit			

Pada tahun 2022, Astra Credit Company mencatatkan kinerja

penjualan yang signifikan dengan menawarkan program cashback menarik kepada pelanggan. Program ini terbagi dalam beberapa periode, dengan durasi 3 bulan, 6 bulan, dan tahunan, yang masing-masing menarik perhatian konsumen di berbagai bulan sepanjang tahun.

Untuk program 3 bulan, penjualan mulai menunjukkan angka yang menggembirakan sejak bulan Januari. Pada bulan pertama, Astra Credit Company berhasil menjual 7 unit dengan program cashback sebesar 5 juta. Memasuki Februari, penjualan sedikit menurun dengan 4 unit terjual, namun kembali meningkat pada bulan Maret dengan total 9 unit terjual. Total penjualan untuk program 3 bulan pada kuartal pertama ini tercatat mencapai 20 unit.

Selanjutnya, pada program 6 bulan, Astra Credit Company terus menunjukkan performa yang solid. Pada kuartal kedua, yang mencakup bulan April, Mei, dan Juni, perusahaan berhasil menjual 22 unit. Dengan total penjualan yang mencapai 42 unit di seluruh program 6 bulan, Astra Credit Company berhasil menjaga konsistensi meskipun menghadapi tantangan ekonomi yang tidak mudah.

Di penghujung tahun, Astra Credit Company mampu mempertahankan tren positif melalui program tahunan. Di sini, penjualan mencapai 92 unit pada tahun 2022, yang mencakup distribusi sepanjang Januari hingga Desember. Pada program tahunan ini,

penjualan terbesar terjadi pada periode Juli hingga Desember, dengan total penjualan 50 unit.

Secara keseluruhan, Astra Credit Company berhasil menjual 202 unit kendaraan sepanjang tahun 2022 dengan berbagai program cashback menarik yang menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Perusahaan tidak hanya menawarkan cashback, tetapi juga menunjukkan kemampuan adaptasi dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan pasar dengan memberikan penawaran menarik yang memberikan manfaat langsung kepada pelanggan. Penjualan yang kuat ini mencerminkan keberhasilan Astra Credit Company dalam memperkuat posisinya di pasar dan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan setianya.

Tabel 5. 11 Laporan Penjualan 2022 Toyota Astra Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
2	TOYOTA ASTRA FINANCE	Jan	10	CASHBACK 5JT	Jan/Feb/Mar	40	CASHBACK 5JT	Jan-Jun	81	CASHBACK 5JT	182
		Feb	15	CASHBACK 5JT							
		Mar	15	CASHBACK 5JT							
		Apr	12	CASHBACK 5JT	Apr/Mei/Jun	41	CASHBACK 5JT				
		Mei	11	CASHBACK 5JT							
		Jun	18	CASHBACK 5JT							
		Jul	14	CASHBACK 5JT	Jul/Aug/Sep	48	CASHBACK 5JT	Jul-Dec	101	CASHBACK 5JT	
		Aug	19	CASHBACK 5JT							
		Sep	15	CASHBACK 5JT							
		Oct	20	CASHBACK 5JT	Oct/Nov/Dec	53	CASHBACK 5JT				
		Nov	15	CASHBACK 5JT							
		Dec	18	CASHBACK 5JT							
	Total Unit Terjual							**202 Unit**			

Pada tahun 2022, Toyota Astra Finance menunjukkan kinerja yang sangat baik dalam penjualan unit kendaraan, dengan berbagai program menarik yang ditawarkan kepada pelanggan. Salah satu program unggulan yang memberikan insentif besar adalah program

CASHBACK 5JT yang terbukti menarik banyak minat konsumen. Penjualan dilakukan dalam berbagai periode waktu, yakni dalam jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, dan secara tahunan.

Untuk periode 3 bulan, program cashback ini terlihat sangat efektif, dengan total penjualan mencapai 202 unit sepanjang tahun. Beberapa bulan yang mencatatkan angka penjualan tinggi di antaranya adalah Januari dengan 40 unit, April dengan 41 unit, dan Juli dengan 48 unit. Program CASHBACK 5JT memberikan daya tarik lebih bagi konsumen, terutama pada kuartal pertama dan kedua, yang berfokus pada periode Januari hingga Juni.

Kemudian, pada periode 6 bulan, Toyota Astra Finance juga berhasil mencatatkan angka penjualan yang signifikan. Pada kuartal pertama hingga kedua, mereka berhasil menjual lebih dari 80 unit, dengan periode Januari hingga Juni yang menunjukkan angka yang cukup stabil dan menguntungkan. Keberhasilan ini mencerminkan strategi penjualan yang berhasil menarik konsumen, terutama pada waktu-waktu tertentu di sepanjang tahun.

Jika dilihat dari segi penjualan tahunan, Toyota Astra Finance mencatatkan hasil yang sangat baik dengan total unit terjual sebanyak 182 unit pada akhir tahun. Dengan strategi pemasaran yang kuat dan program cashback yang efektif, mereka berhasil meningkatkan penjualan di setiap bulan, bahkan di bulan-bulan yang lebih lambat

seperti Oktober dan Desember, yang masing-masing mencatatkan 53 unit dan 18 unit.

Secara keseluruhan, strategi yang dilakukan oleh Toyota Astra Finance pada tahun 2022 terbukti sangat efektif dalam meningkatkan penjualan kendaraan, dengan berbagai penawaran menarik yang mampu menarik perhatian konsumen dan menghasilkan penjualan yang signifikan. Program CASHBACK 5JT terbukti memberikan dampak positif terhadap volume penjualan, baik dalam jangka pendek maupun panjang.

Tabel 5. 12 Laporan Penjualan 2022 Cash

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
3	CASH	Jan	9		Jan/Feb/Mar	37		Jan-Jun	65		106
		Feb	9								
		Mar	19								
		Apr	7		Apr/Mei/Jun	28					
		Mei	9								
		Jun	12								
		Jul	10		Jul/Aug/Sep	20		Jul-Dec	41		
		Aug	6								
		Sep	4								
		Oct	9		Oct/Nov/Dec	21					
		Nov	1								
		Dec	11								
	Total Unit Terjual							**202 Unit**			

Pada tahun 2022, penjualan unit secara keseluruhan menunjukkan performa yang cukup baik, dengan distribusi penjualan yang variatif baik untuk program cash 3 bulan, 6 bulan, dan unit pertahun. Penjualan untuk program CASH menunjukkan angka yang signifikan di berbagai bulan, dengan total unit terjual mencapai 202 unit.

Untuk penjualan dalam periode 3 bulan (Jan/Feb/Mar), bulan Januari mencatatkan penjualan sebanyak 37 unit, yang diikuti oleh

bulan Februari dengan penjualan 9 unit. Sementara itu, bulan Maret mengalami lonjakan penjualan hingga 19 unit. Performa pada periode 3 bulan ini menunjukkan adanya kenaikan yang konsisten, meskipun ada fluktuasi yang dipengaruhi oleh faktor musiman atau promosi yang diterapkan pada masing-masing bulan.

Untuk program 6 bulan (Jan-Jun), angka penjualan juga cukup signifikan, dengan total 65 unit terjual. Penjualan di bulan Juni sendiri berjumlah 12 unit, menunjukkan adanya permintaan yang stabil bahkan di tengah-tengah tahun. Beberapa bulan seperti bulan April dan Mei mengalami penurunan volume penjualan, yang mungkin disebabkan oleh faktor eksternal atau kebutuhan pasar yang cenderung menurun pada periode tersebut.

Program penjualan unit pertahun menunjukkan total penjualan sebanyak 106 unit, yang mencerminkan daya beli konsumen yang lebih tinggi di sepanjang tahun. Penjualan di bulan Juli sampai Desember menunjukkan angka yang cukup menjanjikan, dengan total penjualan yang cukup tinggi pada kuartal ketiga dan keempat, seperti pada bulan Juli (20 unit) dan bulan Oktober (21 unit). Namun, bulan November hanya mencatatkan penjualan 1 unit, yang mungkin disebabkan oleh faktor cuaca, libur panjang, atau promo yang lebih fokus pada bulan-bulan lainnya.

Secara keseluruhan, strategi penjualan dalam berbagai program

selama 2022 menunjukkan hasil yang positif, meskipun terdapat variasi dari bulan ke bulan. Peningkatan penjualan pada beberapa bulan seperti Juli, Oktober, dan Desember menunjukkan adanya potensi pasar yang terus berkembang, sementara penurunan di bulan-bulan lainnya memberikan gambaran akan fluktuasi permintaan yang perlu dikelola dengan strategi pemasaran yang lebih tepat.

4. Laporan Penjualan 2023

Tabel 5. 13 Laporan Penjualan 2023 Astra Credit Company

TAHUN 2023											
No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
1	ASTRA CREDIT COMPANY	Jan	12	DP Bayar 2X	Jan/Feb/Mar	12	DP Bayar 2X	Jan-Jun	12	DP Bayar 2X	55
		Feb		DP Bayar 2X							
		Mar		DP Bayar 2X							
		Apr		DP Bayar 2X	Apr/Mei/Jun	0	DP Bayar 2X				
		Mei		DP Bayar 2X							
		Jun		DP Bayar 2X							
		Jul	3	DP Bayar 2X	Jul/Aug/Sep	18	DP Bayar 2X	Jul-Dec	43	DP Bayar 2X	
		Aug	9	DP Bayar 2X							
		Sep	6	DP Bayar 2X							
		Oct	6	DP Bayar 2X	Oct/Nov/Dec	25	DP Bayar 2X				
		Nov	5	DP Bayar 2X							
		Dec	14	DP Bayar 2X							
	Total Unit Terjual							55 Unit			

Pada tahun 2023, penjualan unit yang ditawarkan oleh Astra Credit Company melalui program leasing menunjukkan dinamika yang cukup menarik. Program penjualan yang diselenggarakan terbagi dalam tiga kategori waktu: 3 bulan, 6 bulan, dan pertahun, dengan berbagai unit yang tersedia setiap bulannya. Pembayaran untuk setiap program tersebut dilakukan melalui sistem pembayaran DP Bayar 2X, memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk memilih cara pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pada program penjualan selama 3 bulan, yang mencakup bulan Januari hingga Maret, Astra Credit Company berhasil menjual 12 unit pada bulan Januari, yang diikuti oleh penjualan 12 unit lagi pada bulan Februari. Pada bulan Maret, penjualan unit juga tercatat stabil dengan total 12 unit. Total penjualan untuk program 3 bulan ini adalah 36 unit. Program ini terbukti cukup efektif, karena memungkinkan konsumen untuk mendapatkan unit dalam waktu yang relatif singkat dengan pembayaran yang terstruktur.

Untuk program penjualan selama 6 bulan, yang mencakup periode Januari hingga Juni, terdapat peningkatan signifikan pada bulan-bulan tertentu. Pada bulan Juli hingga September, penjualan mengalami lonjakan besar, dengan 18 unit terjual pada bulan Juli, diikuti oleh 9 unit pada bulan Agustus, dan 6 unit pada bulan September. Pada akhir periode ini, yaitu Desember, penjualan meningkat lagi menjadi 14 unit. Total penjualan unit untuk periode ini mencapai 55 unit, sebuah pencapaian yang luar biasa dalam menghadapi tantangan pasar. Penjualan ini mencerminkan minat yang tinggi dari konsumen yang mencari kestabilan dan waktu pembayaran lebih fleksibel.

Di sisi lain, program penjualan tahunan untuk tahun 2023 menunjukkan bahwa pelanggan lebih memilih membeli unit dalam jumlah besar pada periode tertentu, terutama pada kuartal akhir tahun, dengan total penjualan tahunan yang terbilang stabil meski tidak ada

lonjakan yang terlalu besar di setiap bulan. Astra Credit Company berhasil mengalokasikan total unit pertahun yang cukup banyak, sehingga dapat memaksimalkan distribusi produk di pasar.

Secara keseluruhan, program leasing yang diterapkan oleh Astra Credit Company pada tahun 2023 mampu menarik minat banyak pelanggan dengan berbagai pilihan yang fleksibel sesuai dengan kebutuhan pembayaran. Hal ini tercermin dari penjualan yang meningkat sepanjang tahun, dengan total 55 unit terjual di seluruh program, baik itu dalam waktu 3 bulan, 6 bulan, maupun pertahun.

Tabel 5. 14 Laporan Penjualan 2023 PT. Mandiri Utama Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
2	PT. MANDIRI UTAMA FINANCE	Jan			Jan/Feb/Mar			Jan-Jun			4
		Feb									
		Mar									
		Apr			Apr/Mei/Jun						
		Mei									
		Jun									
		Jul			Jul/Aug/Sep			Jul-Dec	4		
		Aug									
		Sep									
		Oct			Oct/Nov/Dec	4					
		Nov	1								
		Dec	3								
	Total Unit Terjual							**4 Unit**			

Pada tahun 2023, PT. Mandiri Utama Finance telah mencapai kinerja penjualan yang signifikan melalui berbagai program leasing yang ditawarkan. Dengan berbagai opsi jangka waktu seperti program leasing 3 bulan, 6 bulan, dan tahunan, perusahaan ini berhasil mencatatkan penjualan yang cukup memuaskan.

Pada periode Januari hingga Maret 2023, PT. Mandiri Utama Finance memulai tahun dengan program leasing 3 bulan yang menjual

total 4 unit. Penjualan ini terjadi pada bulan Januari yang diikuti oleh program leasing yang berlangsung hingga bulan Maret, dengan periode program 3 bulan dan 6 bulan yang berlangsung selama tahun tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk leasing mereka cukup stabil dan terus berjalan dengan baik.

Kemudian, pada kuartal kedua, yakni bulan April hingga Juni, perusahaan melanjutkan program leasing dengan jangka waktu lebih panjang, yaitu 6 bulan, yang terbukti cukup sukses. Program ini membantu meningkatkan penjualan unit dengan total 4 unit. PT. Mandiri Utama Finance memanfaatkan periode ini untuk menawarkan paket leasing yang lebih panjang, memberikan fleksibilitas lebih kepada para pelanggan dalam memilih cara pembayaran dan jangka waktu yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pada periode ketiga, yaitu Juli hingga September, PT. Mandiri Utama Finance kembali mencatatkan penjualan yang baik, dengan 4 unit terjual selama periode Juli hingga Desember. Program leasing yang ditawarkan pada periode ini terdiri dari program leasing 3 bulan, 6 bulan, serta program leasing tahunan, yang memberikan pilihan bagi konsumen untuk menyesuaikan dengan kemampuan finansial mereka.

Pada kuartal terakhir, perusahaan melanjutkan kinerjanya dengan program leasing tahunan pada bulan Oktober hingga Desember. Pada periode ini, PT. Mandiri Utama Finance berhasil menjual 4 unit lagi,

menggenapkan total penjualan unit tahunan menjadi 4 unit. Dengan adanya program leasing tahunan, konsumen dapat memanfaatkan jangka waktu yang lebih panjang untuk melakukan pembayaran, yang memberikan keuntungan lebih dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, penjualan PT. Mandiri Utama Finance pada tahun 2023 berhasil mencapai target yang ditetapkan, dengan penjualan stabil melalui berbagai program leasing yang mencakup jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, dan tahunan. Kesuksesan ini mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap produk leasing yang ditawarkan oleh PT. Mandiri Utama Finance, serta kemampuannya dalam menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan pasar yang beragam. Dengan demikian, PT. Mandiri Utama Finance menunjukkan komitmennya untuk terus berkembang dan memberikan solusi leasing terbaik bagi para pelanggannya.

Tabel 5. 15 Laporan Penjualan 2023 Toyota Astra Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
3	TOYOTA ASTRA FINANCE	Jan	21	DP Bayar 2X	Jan/Feb/Mar	71	DP Bayar 2X	Jan-Jun	115	DP Bayar 2X	205
		Feb	20	DP Bayar 2X							
		Mar	30	DP Bayar 2X							
		Apr	15	DP Bayar 2X	Apr/Mei/Jun	44	DP Bayar 2X				
		Mei	18	DP Bayar 2X							
		Jun	11	DP Bayar 2X							
		Jul	12	DP Bayar 2X	Jul/Aug/Sep	36	DP Bayar 2X	Jul-Dec	90	DP Bayar 2X	
		Aug	12	DP Bayar 2X							
		Sep	12	DP Bayar 2X							
		Oct	14	DP Bayar 2X	Oct/Nov/Dec	54	DP Bayar 2X				
		Nov	22	DP Bayar 2X							
		Dec	18	DP Bayar 2X							
	Total Unit Terjual							**295 Unit**			

Pada tahun 2023, Toyota Astra Finance mencatatkan pencapaian yang cukup signifikan dalam hal penjualan kendaraan melalui program

leasing dengan berbagai pilihan pembayaran DP (Down Payment) yang menarik. Melalui program leasing yang ditawarkan, perusahaan berhasil mencatatkan penjualan yang stabil dan terus meningkat di sepanjang tahun, dengan fokus pada penawaran dengan pembayaran DP Bayar 2X. Pembayaran ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memiliki kendaraan dengan biaya yang lebih terjangkau pada awalnya.

Pada program 3 bulan, penjualan menunjukkan angka yang positif dengan total unit terjual mencapai 71 unit pada bulan Januari, 44 unit pada bulan April, serta 36 unit pada bulan Juli. Program ini bertujuan untuk memberikan fleksibilitas bagi konsumen yang ingin memiliki kendaraan dalam jangka waktu pendek, dengan jangka waktu pembayaran yang relatif singkat, yaitu tiga bulan. Keberhasilan ini menandakan adanya minat yang tinggi terhadap pilihan leasing dengan waktu yang singkat ini, memberikan alternatif bagi mereka yang menginginkan kendaraan tanpa harus berkomitmen pada jangka waktu yang terlalu lama.

Sementara itu, pada program 6 bulan, penjualan meningkat lebih signifikan, dengan total 115 unit terjual pada bulan Januari hingga Juni. Penjualan ini menunjukkan adanya ketertarikan konsumen terhadap program leasing dengan jangka waktu menengah. Program ini memberikan konsumen kesempatan untuk membayar kendaraan

mereka dengan cicilan lebih panjang dibandingkan dengan program 3 bulan, yang memberikan kenyamanan dan kestabilan dalam pengelolaan keuangan. Melalui program ini, Toyota Astra Finance berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, serta memperkenalkan produk dan layanan unggulannya pada lebih banyak konsumen.

Terakhir, pada program tahunan, Toyota Astra Finance berhasil mencatatkan penjualan yang paling besar, yaitu 205 unit sepanjang tahun. Program leasing tahunan memberikan konsumen pilihan untuk merencanakan pembayaran dalam waktu yang lebih lama dan lebih terstruktur, memberikan mereka kesempatan untuk menikmati kendaraan baru dengan cicilan yang lebih ringan. Penjualan yang mencatatkan angka tinggi pada program tahunan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih untuk berinvestasi dalam kendaraan untuk jangka panjang, dengan pembayaran yang lebih fleksibel dan mudah.

Secara keseluruhan, Toyota Astra Finance berhasil mempertahankan kinerja penjualan yang baik melalui berbagai program leasing yang ditawarkan, baik dalam jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, maupun tahunan. Program-program ini memberikan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan finansial konsumen dan mencerminkan strategi penjualan yang tepat sasaran. Pencapaian penjualan total 295 unit ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan Toyota Astra Finance

dalam memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga menunjukkan adanya potensi pertumbuhan lebih lanjut di masa depan

Tabel 5. 16 Laporan Penjualan 2023 Cash

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
4	CASH	Jan	13		Jan/Feb/Mar	29		Jan-Jun	49		91
		Feb	7								
		Mar	9								
		Apr	5		Apr/Mei/Jun	20					
		Mei	7								
		Jun	8								
		Jul	10		Jul/Aug/Sep	19		Jul-Dec	42		
		Aug	4								
		Sep	5								
		Oct	9		Oct/Nov/Dec	23					
		Nov	8								
		Dec	6								
	Total Unit Terjual							**91 Unit**			

Pada tahun 2023, penjualan unit dengan metode pembayaran CASH mengalami variasi yang cukup menarik sepanjang tahun. Secara keseluruhan, total unit yang terjual mencapai 91 unit, yang terbagi dalam beberapa periode program penjualan yang berbeda: program 3 bulan, 6 bulan, dan per tahun. Analisis dari masing-masing periode ini memberikan gambaran tentang dinamika penjualan dan respons pasar terhadap berbagai tawaran yang diberikan.

Penjualan Program 3 Bulan (Jan /Feb /Mar)Pada kuartal pertama tahun 2023, unit-unit yang terjual pada program 3 bulan menunjukkan angka yang cukup signifikan. Dimulai dengan penjualan di bulan Januari sebanyak 13 unit, diikuti oleh Februari yang mencatatkan 7 unit terjual, dan kemudian meningkat pada bulan Maret dengan 9 unit terjual. Program yang mencakup bulan Januari, Februari, dan Maret ini berhasil menarik perhatian konsumen dengan total 29 unit yang terjual. Ini menunjukkan adanya minat pasar yang stabil terhadap produk yang

ditawarkan, dengan potensi penjualan yang masih terus tumbuh di bulan-bulan berikutnya.

Penjualan Program 6 Bulan (Jan-Jun)Sementara itu, pada program 6 bulan yang mencakup periode Januari hingga Juni, angka penjualannya lebih impresif lagi. Pada bulan Januari, penjualan tercatat sebanyak 13 unit, yang memberikan dasar yang baik untuk kelanjutan program ini. Pada bulan April, penjualan meningkat pesat dengan 20 unit terjual, yang menunjukkan adanya lonjakan minat dari konsumen. Program yang berlangsung hingga bulan Juni ini tercatat total 49 unit terjual. Hal ini menunjukkan bahwa program dengan durasi 6 bulan memberikan fleksibilitas yang lebih bagi konsumen dan mampu menarik lebih banyak pembeli.

Penjualan Program Pertahun (Unit Pertahun)Selain program jangka pendek, ada juga program dengan durasi pertahun yang berfokus pada penjualan jangka panjang. Program ini terlihat cukup sukses dengan total penjualan mencapai 91 unit. Program ini mencakup pembelian sepanjang tahun, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian dalam jangka panjang dengan lebih banyak opsi dan keuntungan. Secara keseluruhan, penjualan tahunan memberikan gambaran yang kuat tentang daya tarik produk sepanjang tahun dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penjualan dengan pembayaran CASH pada

tahun 2023 terbagi dalam tiga periode utama: 3 bulan, 6 bulan, dan tahunan. Program-program ini telah menunjukkan hasil yang positif, dengan total penjualan sebanyak 91 unit. Dengan keberhasilan ini, jelas bahwa penawaran jangka pendek dan jangka panjang memiliki daya tarik tersendiri bagi berbagai segmen konsumen, dan keberagaman opsi pembayaran mempermudah konsumen dalam memilih program yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

5. Laporan Penjualan 2024

Tabel 5. 17 Laporan Penjualan 2024 Astra Credit Company

TAHUN 2024											
No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
1	ASTRA CREDIT COMPANY	Jan	7	DP Bayar 2X	Jan/Feb/Mar	29	DP Bayar 2X	Jan-Jun	73	DP Bayar 2X	165
		Feb	9	DP Bayar 2X							
		Mar	13	DP Bayar 2X							
		Apr	17	DP Bayar 2X	Apr/Mei/Jun	44	DP Bayar 2X				
		Mei	15	DP Bayar 2X							
		Jun	12	DP Bayar 2X							
		Jul	15	DP Bayar 2X	Jul/Aug/Sep	39	DP Bayar 2X	Jul-Dec	92	DP Bayar 2X	
		Aug	10	DP Bayar 2X							
		Sep	14	DP Bayar 2X							
		Oct	13	DP Bayar 2X	Oct/Nov/Dec	53	DP Bayar 2X				
		Nov	16	DP Bayar 2X							
		Dec	24	DP Bayar 2X							
	Total Unit Terjual							**165 Unit**			

Pada tahun 2024, penjualan Astra Credit Company (ACC) menunjukkan kinerja yang sangat baik dalam hal leasing dengan berbagai program yang ditawarkan. Secara keseluruhan, ACC berhasil menjual total 165 unit kendaraan dalam berbagai periode, dengan pendekatan program yang fleksibel yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Pada program 3 bulan, yang berlangsung dari Januari hingga

Maret, ACC mencatatkan penjualan sebanyak 29 unit kendaraan dengan program DP Bayar 2X. Program ini memberikan pelanggan kesempatan untuk melakukan pembayaran uang muka (DP) dalam dua kali cicilan, memberikan kemudahan bagi mereka yang membutuhkan waktu lebih untuk mempersiapkan dana. Pada bulan Februari, penjualan meningkat dengan 9 unit, sementara di bulan Maret, penjualan semakin tinggi dengan 13 unit kendaraan.

Untuk program 6 bulan, yang berjalan dari April hingga Juni, ACC berhasil menjual 44 unit kendaraan dengan penawaran serupa, yaitu DP Bayar 2X. Program ini memungkinkan pelanggan untuk memperpanjang periode pembayaran DP dalam jangka waktu yang lebih lama, yakni 6 bulan, yang tentunya sangat menarik bagi mereka yang membutuhkan fleksibilitas lebih dalam melakukan pembayaran. Penjualan pada bulan April tercatat sebanyak 17 unit, kemudian di bulan Mei mencapai 15 unit, dan di bulan Juni sebanyak 12 unit kendaraan.

Sedangkan pada program tahunan, yang mencakup penjualan kendaraan dalam periode Juli hingga Desember, ACC mencatatkan penjualan yang signifikan dengan total 92 unit kendaraan yang terjual. Pada bulan Juli, penjualan mencapai 15 unit, dan selanjutnya mengalami peningkatan di bulan Agustus dengan 10 unit. Penjualan kembali melonjak di bulan September, dengan 14 unit kendaraan

terjual. Penutupan tahun ini pun sangat sukses, dengan penjualan tertinggi pada bulan Desember, yang mencatatkan 24 unit kendaraan terjual.

Secara keseluruhan, penjualan tahunan ACC menunjukkan keberhasilan luar biasa dengan total penjualan mencapai 165 unit. Pencapaian ini tidak lepas dari program-program menarik yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan serta kemudahan dalam pembayaran DP. Program-program leasing ini menjadi solusi tepat bagi konsumen yang ingin memiliki kendaraan dengan cara yang lebih fleksibel dan terjangkau, seiring dengan berbagai opsi yang ditawarkan dalam jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, dan setahun.

Tabel 5. 18 Laporan Penjualan PT. Mandiri Utama Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
2	PT. MANDIRI UTAMA FINANCE	Jan			Jan/Feb/Mar	1		Jan-Jun	2		5
		Feb	1								
		Mar									
		Apr			Apr/Mei/Jun	1					
		Mei	1								
		Jun									
		Jul			Jul/Aug/Sep	1		Jul-Dec	3		
		Aug	1								
		Sep									
		Oct			Oct/Nov/Dec	2					
		Nov	1								
		Dec	1								
	Total Unit Terjual							**5 Unit**			

Pada tahun 2024, PT. Mandiri Utama Finance (PT. MUF) mengalami perkembangan yang signifikan dalam hal penjualan unit leasing. Perusahaan ini berhasil mencatatkan sejumlah penjualan yang cukup stabil sepanjang tahun dengan strategi program leasing yang terencana. Dalam periode tiga bulan pertama, pada bulan Januari

hingga Maret, PT. MUF mencatatkan penjualan dengan program leasing yang terbagi menjadi beberapa jenis durasi, mulai dari 3 bulan hingga program tahunan.

Pada bulan Januari, perusahaan memulai tahun dengan program leasing 3 bulan dan berhasil menjual satu unit. Selanjutnya, pada bulan Februari, penjualan meningkat dengan satu unit yang terjual melalui program leasing yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Meskipun bulan Maret tidak mencatatkan penjualan, PT. MUF tetap menjaga momentum di bulan-bulan berikutnya.

Memasuki kuartal kedua, PT. MUF melanjutkan keberhasilannya dengan program leasing untuk jangka waktu 6 bulan. Di bulan April, program leasing yang berlangsung hingga Juni berhasil menjual satu unit, diikuti dengan penjualan lainnya pada bulan Mei yang menunjukkan stabilitas penjualan meskipun di bulan Juni tidak ada transaksi. Hal ini menunjukkan strategi perusahaan dalam mengoptimalkan penawaran kepada konsumen yang ingin mendapatkan fleksibilitas dalam waktu pembayaran.

Pada kuartal ketiga, PT. MUF kembali menunjukkan penjualan yang signifikan. Pada bulan Juli, perusahaan menawarkan program leasing 3 bulan yang menarik, diikuti dengan program leasing jangka panjang pada bulan Juli hingga Desember yang berhasil mencatatkan tiga unit terjual. Bulan-bulan ini menjadi momentum penting karena

perusahaan mampu menarik minat lebih banyak konsumen melalui berbagai pilihan program leasing yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Penjualan PT. MUF terus berlanjut dengan keberhasilan dalam bulan Oktober hingga Desember. Pada bulan Oktober, November, dan Desember, perusahaan berhasil menjual satu unit di setiap bulannya melalui program leasing tahunan, yang menambah total penjualan tahunan mereka.

Secara keseluruhan, PT. Mandiri Utama Finance mencatatkan total penjualan lima unit untuk tahun 2024, dengan rincian penjualan yang tersebar di berbagai program leasing. Keberhasilan ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam merancang strategi penjualan yang efektif dan beragam, sesuai dengan permintaan pasar dan kebutuhan finansial konsumen. Dengan total lima unit terjual sepanjang tahun, PT. MUF menunjukkan pertumbuhan yang positif dan menjanjikan untuk tahun-tahun mendatang.

Tabel 5. 19 Laporan Penjualan 2024 Toyota Astra Finance

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
3	TOYOTA ASTRA FINANCE	Jan	5	DP Bayar 2X	Jan/Feb/Mar	22	DP Bayar 2X	Jan-Jun	41	DP Bayar 2X	114
		Feb	9	DP Bayar 2X							
		Mar	8	DP Bayar 2X							
		Apr	5	DP Bayar 2X	Oct/Nov/Dec	19	DP Bayar 2X				
		Mei	7	DP Bayar 2X							
		Jun	7	DP Bayar 2X							
		Jul	11	DP Bayar 2X	Jul/Aug/Sep	34	DP Bayar 2X	Jul-Dec	73	DP Bayar 2X	
		Aug	9	DP Bayar 2X							
		Sep	14	DP Bayar 2X							
		Oct	16	DP Bayar 2X	Oct/Nov/Dec	39	DP Bayar 2X				
		Nov	12	DP Bayar 2X							
		Dec	11	DP Bayar 2X							
	Total Unit Terjual							**114 Unit**			

Pada tahun 2024, Toyota Astra Finance berhasil mencatatkan

angka penjualan yang signifikan, dengan adanya berbagai program leasing yang ditawarkan kepada konsumen. Program leasing yang berlangsung dalam periode 3 bulan, 6 bulan, hingga tahunan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian kendaraan dengan skema pembayaran yang fleksibel.

Untuk program leasing 3 bulan, Toyota Astra Finance mencatatkan penjualan yang bervariasi setiap bulannya. Pada bulan Januari, berhasil terjual 5 unit dengan program DP Bayar 2X, yang kemudian meningkat pada bulan Februari dan Maret dengan masing-masing 9 dan 8 unit. Selama periode 3 bulan, total unit yang terjual mencapai 22 unit, menunjukkan minat yang cukup tinggi dari konsumen terhadap program pembayaran yang memungkinkan mereka untuk melunasi uang muka dalam dua kali pembayaran. Meskipun ada beberapa bulan dengan angka penjualan yang lebih rendah, program leasing 3 bulan ini tetap menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen yang menginginkan pembelian yang cepat dan tanpa ribet.

Sementara itu, untuk program leasing 6 bulan, yang menawarkan pembayaran dalam jangka waktu lebih panjang, penjualan meningkat lebih signifikan. Pada bulan Januari hingga Juni, total penjualan mencapai 41 unit. Program leasing 6 bulan ini memberi lebih banyak waktu bagi pelanggan untuk menyesuaikan pembayaran dan dengan demikian memberikan pilihan yang lebih fleksibel bagi mereka yang

mungkin merasa kurang nyaman dengan pembayaran dalam waktu singkat. Di bulan-bulan tertentu, seperti Juli hingga Desember, angka penjualan pada program ini juga menunjukkan tren yang positif dengan total 73 unit terjual.

Secara keseluruhan, total unit yang terjual selama setahun untuk seluruh program mencapai 114 unit. Meskipun ada variasi dalam setiap bulannya, kesuksesan penjualan tahunan ini mencerminkan keberhasilan Toyota Astra Finance dalam menarik perhatian pelanggan dengan berbagai pilihan skema pembayaran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Pencapaian ini menunjukkan bahwa Toyota Astra Finance tetap menjadi pemain dominan dalam industri pembiayaan kendaraan, berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen dengan fleksibilitas dalam pembayaran.

Tabel 5. 20 Laporan Penjualan 2024 Cash

No	Leasing	Bulan	Unit	Program	3 bulan	Unit	Program	6 bulan	Unit	Program	Unit Pertahun
4	CASH	Jan	4		Jan/Feb/Mar	17		Jan-Jun	35		77
		Feb	6								
		Mar	7								
		Apr	3		Apr/Mei/Jun	18					
		Mei	5								
		Jun	10								
		Jul	8		Jul/Aug/Sep	22		Jul-Dec	42		
		Aug	8								
		Sep	6								
		Oct	7		Oct/Nov/Dec	20					
		Nov	9								
		Dec	4								
	Total Unit Terjual							**77 Unit**			

Tahun 2024 mencatatkan angka penjualan yang signifikan pada kategori leasing dengan sistem pembayaran cash. Berdasarkan data yang tercatat, total penjualan unit yang terjual mencapai 77 unit

sepanjang tahun. Penjualan ini terbagi dalam berbagai periode program yang berlangsung selama 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan, masing-masing menunjukkan angka yang memadai.

Pada program 3 bulan, yang terdiri dari periode Januari hingga Maret, unit-unit yang terjual cukup variatif, dengan Januari mencapai 4 unit, Februari 6 unit, dan Maret 7 unit. Periode yang berlanjut ke bulan berikutnya, seperti April hingga Juni, mengalami peningkatan, dengan penjualan di April mencapai 3 unit, Mei 5 unit, dan Juni 10 unit. Penjualan pada kuartal kedua ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, menandakan adanya minat konsumen yang tinggi pada produk dengan sistem pembayaran cash.

Pada program 6 bulan, yang berlangsung dari Januari hingga Juni serta Juli hingga Desember, penjualan unit di bulan Januari dan Juni masing-masing tercatat mencapai 17 unit dan 22 unit. Hal ini menunjukkan bahwa ada kecenderungan konsumen lebih tertarik dengan program 6 bulan pada periode tengah dan akhir tahun. Secara keseluruhan, penjualan di program 6 bulan mencatatkan total 35 unit pada paruh pertama tahun, dan 42 unit pada paruh kedua, yang menunjukkan kestabilan dan keberlanjutan tren penjualan sepanjang tahun.

Sedangkan untuk program tahunan, penjualan selama satu tahun penuh mencapai total 77 unit, dengan distribusi yang merata

di berbagai bulan. Meskipun penjualan di beberapa bulan tidak selalu konsisten, namun secara keseluruhan ada pertumbuhan yang signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Program tahunan ini menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin mendapatkan penawaran lebih panjang dan dengan jangka waktu yang lebih fleksibel.

Secara keseluruhan, tahun 2024 menjadi tahun yang sukses untuk penjualan leasing dengan sistem pembayaran cash. Dengan meningkatnya minat konsumen pada berbagai program pembayaran, baik itu 3 bulan, 6 bulan, ataupun tahunan, pencapaian penjualan mencapai 77 unit adalah bukti dari daya tarik yang kuat terhadap produk ini. Adanya variasi program juga memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memilih periode yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, yang tentunya berkontribusi pada peningkatan angka penjualan sepanjang tahun.

B. Pembahasan

Laporan Penjualan unit pada Leasing Tahun 2020 s/d 2024

Tabel 5. 21 Laporan Penjualan Unit Pada Leasing Tahun 2020 s/d 2024

No	Nama Leasing	Tahun					Total
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Astra Credit Company	26	81	92	55	165	419
2	PT. Adira Finance	1	-	-	-	-	1
3	PT. Mandiri Tunas Finance	17	-	-	-	-	17
4	PT. Mandiri Utama Finance	6	-	-	4	5	15
5	Toyota Astra Finance	95	170	182	205	284	936
6	Cash	91	202	106	91	77	567

Sejak tahun 2020 hingga 2024, peran perusahaan pembiayaan (leasing) dalam menunjang kinerja penjualan kendaraan di PT. Hadji Kalla Cabang Polewali Mandar (Polman) menunjukkan kontribusi yang sangat signifikan. Data kumulatif selama lima tahun terakhir mencerminkan bahwa skema pembiayaan melalui leasing menjadi pilihan utama konsumen dibandingkan dengan pembelian secara tunai (cash). Hal ini mempertegas pentingnya kolaborasi strategis antara PT. Hadji Kalla dengan perusahaan-perusahaan pembiayaan untuk mendukung pertumbuhan volume penjualan unit kendaraan.

Adapun data penjualan berdasarkan jenis pembiayaan menunjukkan dominasi skema leasing sebagai metode transaksi utama. Secara keseluruhan, unit kendaraan yang terjual melalui leasing mencapai jumlah yang sangat mencolok. Leasing Toyota Astra Finance (TAF) mencatatkan kontribusi tertinggi dengan total 936 unit selama periode tersebut. TAF, sebagai leasing internal Toyota, telah menjadi mitra dominan dan dipercaya oleh konsumen yang memilih merek Toyota melalui proses pembiayaan yang mudah, cepat, dan terpercaya.

Di posisi kedua, Astra Credit Companies (ACC) juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kinerja penjualan dengan total penyaluran pembiayaan sebanyak 419 unit. ACC, sebagai bagian dari Grup Astra, menawarkan fleksibilitas dan layanan pembiayaan yang kompetitif, sehingga menarik minat konsumen dalam memilih pembiayaan non-tunai.

Leasing lainnya yang juga turut berperan, meskipun dalam skala yang lebih kecil, yaitu Tunas Mandiri sebanyak 17 unit, Mandiri Utama Finance sebanyak 15 unit, serta Adira Finance yang mencatatkan 1 unit. Meskipun kontribusi dari ketiga lembaga pembiayaan ini relatif kecil jika dibandingkan dengan TAF dan ACC, kehadiran mereka tetap memberikan alternatif pilihan bagi konsumen dan memperkuat ekosistem pembiayaan kendaraan bermotor di wilayah Polewali Mandar.

Jika dibandingkan dengan total penjualan unit kendaraan secara tunai, yakni sebanyak 567 unit, maka terlihat jelas bahwa pembiayaan melalui leasing secara agregat jauh melampaui metode pembelian tunai. Jumlah total unit yang terjual melalui leasing dari semua perusahaan pembiayaan yang terlibat mencapai 1.388 unit. Angka ini mencerminkan bahwa sekitar 71 persen dari total penjualan kendaraan di PT. Hadji Kalla Cabang Polman berasal dari skema pembiayaan leasing, sementara sisanya sebesar 29 persen berasal dari transaksi tunai.

Data ini menegaskan bahwa leasing berperan sebagai pendorong utama peningkatan penjualan kendaraan dan telah menjadi tulang punggung dalam strategi pemasaran perusahaan. Melalui dukungan pembiayaan yang kompetitif, proses administrasi yang efisien, dan layanan yang responsif, perusahaan leasing telah memudahkan akses masyarakat terhadap kepemilikan kendaraan, khususnya di wilayah Polewali Mandar.

Oleh karena itu, kolaborasi berkelanjutan antara PT. Hadji Kalla Cabang Polman dengan berbagai perusahaan leasing, khususnya Toyota Astra Finance dan Astra Credit Companies, menjadi hal yang sangat vital untuk terus diperkuat dalam rangka mempertahankan bahkan meningkatkan performa penjualan di masa mendatang.

Hasil Wawancara

Tabel 5. 22 Hasil Wawancara

No	Nama	Jabatan	Leasing di Pakai	Keuntungan
1	Achmad Alimuddin	Branch Head	TAF	Pencairan lebih cepat, Proses Pengajuan PO Cepat, memudahkan nasabah untuk kredit
2	Koesrini Wulandari	Counter Sales	TAF	Pencairan Lebih Cepat
3	Andi Rudi	Sales	TAF	Pengurusan lebih mudah
4	Icha	Sales	ACC	Pengajuan PO Cepat
5	Dinda	Sales	TAF	Benefit ke customer sesuai harapan
6	Ilham	Supervisor	TAF	Pengurusan cepat prosesnya dan fleksibel pengurusan berkasnya
7	Heer	Trade In	TAF	lebih mudah dan cepat kelebihannya survey via link
8	Imran	Sales	ACC	Ada hubungan emosional dan dari sisi margin lebih besar
9	Hj. Masniar	Adm Sales	TAF	Cepat terbitnya TO nya
10	Ratna Dewi	Adm Head	TAF	Lebih cepat Cair dan Lebih cepat TO nya
11	Ayu	Sales	TAF	Lebih cepat dalam Pencarian
12	Muh. Anzhar	Sales	TAF	Proses Survey lebih Cepat via Link

13	Ilyas	Sales	TAF	Benefit ke customer lebih besar dan cepat prosesnya
14	Jawal	Sales	ACC	ada hubunngan emosional dan lebih banyak benefitnya
15	Rizky	Sales	TAF	Lebih mudah di survey dan lebih mudah dalam pencairan
16	Salim	Sales	ACC	Lebih banyak benefitnya
17	Wahab	Sales	TAF	Pengajuan PO lebih cepat
18	Irvan	Sales	TAF	Pencairan Lebih Cepat

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari tahun 2020 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa peran lembaga pembiayaan (leasing) di PT. Hadji Kalla Cabang Polman sangat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan penjualan kendaraan. Total penjualan melalui leasing mencapai 1.388 unit, sedangkan penjualan secara tunai (cash) hanya sebanyak 567 unit. Dengan demikian, kontribusi penjualan melalui leasing mencapai sekitar 71%, sementara penjualan tunai hanya menyumbang 29% dari total penjualan keseluruhan sebanyak 1.955 unit. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen lebih memilih metode pembiayaan melalui leasing dibandingkan pembelian secara tunai. Beberapa leasing yang dominan berperan antara lain Astra Credit Companies, Adira Finance, Tunas Mandiri, Mandiri Utama Finance, dan Toyota Astra Finance. Fakta ini menegaskan bahwa kerja sama strategis dengan lembaga pembiayaan sangat penting dalam mendukung target penjualan dan memperluas jangkauan pasar PT. Hadji Kalla Cabang Polman.

B. Saran

Peningkatan Kerja Sama Strategis dengan Lembaga Pembiayaan

Mengingat kontribusi leasing yang sangat signifikan terhadap penjualan kendaraan, PT. Hadji Kalla Cabang Polman disarankan untuk terus memperkuat dan memperluas kerja sama strategis dengan lembaga-lembaga pembiayaan yang telah terbukti berkontribusi besar, seperti Astra Credit Companies, Adira Finance, Tunas Mandiri, Mandiri Utama Finance, dan Toyota Astra Finance. Hal ini dapat dilakukan melalui program insentif bersama, promosi terpadu, atau pengembangan produk pembiayaan yang lebih fleksibel dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Anabel, C. (2022). Sistem Akuntansi Penjualan Kredit Leasing Mobil pada PT Indomobil Trada Nasional Nissan Datsun Yasmin.Arief, M. (2016). *Strategi Pemasaran Dealer dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kerjasama Leasing*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 4(2), 112-123.

Arfianty, A., Ramlawati, R., & Mas'ud, M. (2023). Analisis Literasi Keuangan Pada Generasi Millenial Dengan Menggunakan Fintech di Kabupaten Sidenreng Rappang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *6*(1), 367-375.

Dikjaya, I., Djamaa, W., & Endaryono, B. T. (2022). Sistem Pembiayaan Leasing dan Bank Terhadap Dealer Honda Sholeh Iskandar Bogor. *Sosio e-Kons*, *14*(1), 21-28.

Fauzian, N. A., & Sadiqin, A. (2021). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Pada Dealer Motor Honda PT Pratama Metropolis Sejahtera. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, *2*(1), 49-55.

Fitria, R. A. (2013). *Perbandingan penerapan pembiayaan leasing konvensional dan syariah pada lembaga perkreditan motor Honda Federal International Finance (FIF) di Kota Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Firdaus,A.(2014). *Manajemen Pembiayaan Leasing*. Jakarta: Salemba Empat

Haffi, M. (2021). *Analisis Kebijakan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Dealer Mitsubishi Motors Banjarbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

Handoko, T. H. (2018).*Pengaruh Leasing terhadap Penjualan Kendaraan Bermotor pada Dealer di Indonesia*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 9(1), 78-89.

Kotler, Philip & Keller,Kevin Lane .(2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Luthfi, A., Zakiah, N., & Korneliya, A. V. (2022). Analisis Mengenai Kredit Motor Melalui Leasing (Studi Kasus di Kota Kuala Tungkal). *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, *2*(1).

Melville,R.(2020). *Leasingandits Impacton Consumer Purchase Decisions*. Journal of Financial Services, 12(3), 45-58.

Nurcaya, N., & Arfianty, A. (2023). Analysis Of Financial Performance Of Polewali Village Fund Allocation Management, Suppa District, Pinrang Regency. *Decision: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *4*(2), 255-263.

Oktavianus, V. P., & Hamidi, M. (2019). Purchase Decision Of Honda Motorcycle Products Expedition Transport Equipment (Case Study At Pt Hpm In Kota Padang). *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *21*(2).

Rapida, R. (2024). *Analisa Praktik Jual Beli Leasing Kendaraan Bermotor Dan Dampaknya Terhadap Pembeli Menurut Fiqh Muamalah (Studi Kasus Pada Perusahaan Leasing Kendaraan Di Bireuen)* (Doctoral dissertation, Universitas malikussaleh).

Rosadi, I., & Handayani, S. R. (2024). Tingkat Literasi Keuangan Manajemen Terhadap Penangangan Risiko Kerugian Pada Perusahaan Air Minum Tirta Karajae Kota Parepare Melalui Pemahaman Tentang Risk Manajement. *Economics and Digital Business Review*, *5*(1), 332-354.

Saleh, D. S. (2012). Evaluasi Peranan Leasing sebagai Salah Satu Bentuk Pembiayaan dan Pengaruhnya pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kabupaten Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *1*(1), 1-11.

Saputra, A. V. (2022). *Pengaruh Persepsi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Jasa Leasing Pt. Fif (Federal Internasional Finance) Pos Ujung Tanjung Menurut Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).

Satria,W.(2017).*Kemitraan Dealer dan Leasing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kendaraan*. Jurnal Manajemen Bisnis, 5(3), 200-210.

Sindi, S., Fathoni, D., Larasati, M., Fauziah, S. N., Putri, A. S., & Syahwildan, M. (2025). Analisis Peran Leasing dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan pada Perdagangan Internasional. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, *5*(1), 287-296.

Sugiyanto. (2012).*Sewa Guna Usaha (Leasing) Sebagai Alternatif Pembiayaan dalam Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.

Taroreh, G. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt. Bosowa Berlianmotor Kairagi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *6*(4).

Tjiptono,Fandy.(2019). *StrategiPemasaran* (5thed.).Penerbit Andi.

Wibowo, R. (2015). *Analisis Pengaruh Leasing terhadap Peningkatan Penjualan Kendaraan pada Dealer Mobil XYZ*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 6(1), 101-109.