Cateris Paribus Journal E-ISSN. 2775-6718
Volume 5 Nomor 2 September 2025

PERAN LEASING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DEALER
(Studi Kasus PT Hadji Kalla Cabang Polman)

The Role of Leasing in Increasing Sales in Dealers
(Case Study of PT Hadji Kalla Toyota Polman)

Muhammad Fachrian Haryadi[1], Bahruddin [2], Arfianty [3]
Email: fachrian.haryadi07@gmail.com[1], bahruddin.777@gmail.com[2], arfiantyarfan@gmail.com[3]

[1,2,3]Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km.6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan Kode Pos 91131

Abstract

The Automotive Industry in Indonesia continues to increase along with the increasing mobility of the Community. However, not all elements are able to buy vehicles in cash. This condition provides an opportunity for Leasing Companies in providing Vehicle Credit Facilities. This Vehicle Credit is regulated in Law Number 42 of 1999 which protects the rights of financing companies (leasing) to the collateralized objects until the debtor's payment obligations are paid off. Financial Services Authority (OJK) Regulation Number 35/POJK.05/2018 stipulates standards and provisions related to the rights and obligations of financing companies, both to business partners such as dealers and to end consumers. Some important points that are regulated include: Regulation of financing activities such as working capital financing, investment financing, and multipurpose financing. Consumer protection, which includes information that must be provided by financing companies to consumers regarding the requirements, costs, and rights and obligations in the financing agreement. The purpose of this study is to determine the role of Leasing to support Dealers (specifically PT Hadji Kalla Toyota Polman) in increasing sales. This study uses a quantitative approach where it was found that during 2020 to 2024, PT Hadji Kalla Toyota Polman sold 1,955 vehicle units, of which 71% or 1,388 units were credit sales, and 29% or 567 units were cash payments. This means that the influence of Leasing is very significant in increasing the number of vehicle sales.

Keywords : Leasing, Finance, Credit, Sales, PT Hadji Kalla

Abstrak

Industri Otomotif di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan mobilitas Masyarakat yang semakin tinggi. Namun tidak semua elemen mampu untuk membeli kendaraan secara tunai. Kondisi ini memberikan peluang bagi Perusahaan Leasing dalam pemberian Fasilitas Kredit Kendaraan. Kredit Kendaraan ini diatur dalam Undang-undang Nomor 42 Tahun 1999 yang menjaga hak-hak perusahaan pembiayaan (leasing) terhadap objek yang dijaminkan hingga lunasnya kewajiban pembayaran debitur. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 35/POJK.05/2018 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. Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui peran Leasing untuk mendukung Dealer (Terkhusus PT Hadji Kalla Toyota Polman) dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif Dimana didapatkan bahwa selama 2020 hingga 2024 tercatat PT Hadji Kalla Toyota Polman menjual unit kendaraan sebnyak 1.955 unit yang 71% atau sebanyak 1.388 unit merupakan

penjualan kredit, dan 29% atau 567unit sisanya merupakan pembayaran cash. Ini berarti Pengaruh Leasing sangat signifikan terhadap peningkatan jumlah penjualan kendaraan

Kata Kunci : Kebijakan Pajak, Operasional Perusahaan, Laba

PENDAHULUAN

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).

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.

Regulasi ini menetapkan standar dan ketentuan terkait hak dan kewajiban perusahaan pembiayaan, baik terhadap mitra bisnis seperti dealer maupun kepadakonsumen akhir. Transparansi, di mana perusahaan pembiayaan diwajibkan memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen mengenai produk pembiayaan, suku bunga, biaya administrasi, dan penalti.

Dengan adanya Undang-Undang ini, perusahaan leasing memiliki landasan hukum yang jelas dalam menjalankan praktiknya, serta meningkatkan rasa aman bagi mereka dalam menyalurkan pembiayaan. Seperti pada 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.

METODE PENELITIAN

Fokus dari judul penelitian ini yakni mengetahui Peran Leasing dalam Meningkatkan Penjualan pada Dealer (Studi Kasus PT Haji Kalla Cabang Polman). Dimana Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak dealer, khususnya PT Hadji Kalla Cabang Polman maupun pihak leasing, serta bisa menjadi bahan kajian para pembaca khususnya mahasiswan Universitas Muhammadiyah Parepare.

Informan penelitian ditentukan secara purposive, yaitu mereka yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait kebijakan pajak maupun operasional perusahaan. Informan tersebut meliputi pimpinan, perwakilan leasing, karyawan bagian penjualan, dan konsumen yang menggunakan layanan.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan dan observasi langsung di lapangan, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari dokumen internal perusahaan, laporan keuangan, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi untuk mengamati aktivitas operasional perusahaan, wawancara untuk menggali informasi lebih dalam dari informan, serta dokumentasi untuk memperoleh data tertulis berupa arsip dan laporan perusahaan. Seluruh data yang terkumpul dianalisis secara interaktif menggunakan model Miles dan Hubderman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Analisis ini dilakukan secara berkesinambungan sejak proses pengumpulan data di lapangan hingga tahap akhir penelitian.

.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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.

SIMPULAN DAN SARAN

1. **Simpulan**

   B 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.

2. **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.