EFEKTIVITAS PEMBERIAN SUKU BUNGA RENDAH TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI PT HOME CREDIT INDONESIA *DISTRIC* BANDUNG TIMUR

Egi Septian
Program Studi Administrasi Keuangan
Politeknik PiksiGanesha, Jl. Jend. Gatot Soebroto No. 301 Bandung.
E-mail: piksi.egi.20301030@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how effective the low interest rate program is in increasing sales at PT Home Credit Indonesia East Bandung district for the past 1 year.The method used in this research is quantitative method. This research was conducted by means of observation at the Home Credit Indonesia East Bandung district to collect sales report data. The statistical method used by the author is using SPSS version 26 with the normality test, T-test, and independent sample t-test.The results showed that the low interest rate program was effective in increasing sales. The low interest rate program has an effect on increasing sales. The suggestion for the Home Credit company is for stores that have not participated in the low interest rate program to participate in the low interest rate program in order to increase sales for both the store and the Home Credit Indonesia company itself.

Keywords*: Low Interest Program, and Increased sales.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif program pemberian suku bunga rendah terhadap peningkatan penjualan di PT Home Credit Indonesia district Bandung Timur selama 1 tahun terakhir.Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi di Home Credit Indonesia district Bandung Timur untuk mengumpulkan data - data laporan penjualan. Metode statistik yang digunakan penulis yaitu menggunakan SPSS versi 26 dengan metode Uji normalitas, Uji-T, dan Uji beda independent sampel t-test.Hasil penelitian menunjukan bahwa dengan diberlakukan nya program pemberian suku bunga rendah, terbukti efektif untuk meningkatkan penjualan. Program suku bunga rendah berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Saran bagi bagi perusahaan Home Credit yaitu bagi toko – toko yang belum mengikuti program bunga ringan supaya bisa mengikuti program bunga ringan agar bisa meningkatkan penjualan baik bagi toko dan perusahaan Home Credit Indonesia itu sendiri.

Kata Kunci : Program Bunga Ringan, dan Peningkatan penjualan.

PENDAHULUAN

Pada umumnya setiap perusahaan ingin bertumbuh berkembang maju, begitupun dengan meningkat nya penjualan. Hal yang sama juga yang diinginkan bisnis PT Home Credit Indonesia. PT Homecredit Indonesia adalah perusahaan yang menawarkan layanan kredit kepada mereka yang melakukan pembelian baik secara online maupun offline.

PT Home Credit ini sangat membantu masyarakat yang membutuhkan barang-barang seperti elektronik furniture, dan kebutuhan lainnya yang pembayarannya secara angsuran / kredit. Istilah "suku bunga" tidak berlaku untuk kredit itu sendiri. Untuk mendapatkan pinjaman atau kredit, biaya akan diterapkan sesuai dengan keadaan suku bunga saat ini. Default kredit skala kecil utama adalah faktor tunggal yang mempengaruhi persuasi konsumen atau Nasabah setiap tahun. Konsumen yang ingin membeli barang secara kredit dapat ditarik dengan suku bunga tertentu, salah satunya dapat ditemukan di Home Credit Indonesia Kabupaten Bandung Timur.

Saat membahas batas kredit yang diberikan kepada pelanggan yang membeli atau memperdagangkan barang, istilah "suku bunga" kadang-kadang digunakan. Selain itu, bunga dapat dianggap sebagai biaya yang terkait dengan pinjaman yang harus ditanggung oleh kreditur dan peminjam. Bunga simpanan dan bunga pinjaman adalah dua jenis bunga suku. Balas jasa bank kepada nasabah adalah buka simpanan. Sebaliknya, "bunga pinjaman" adalah transfer bank yang dilakukan kepada penerima pinjaman sebagai semacam pembayaran.

Kasmir (2014: 114) menyatakan bahwa suku bunga adalah sejumlah rupiah tertentu yang harus dibayar karena uang digunakan sebagai imbalannya. Permintaan uang (kredit) berubah ketika suku bunga berubah. Permintaan agregat dan pengeluaran investasi menurun ketika suku bunga naik.

Suku bunga, menurut Boediono (2014), adalah biaya yang terkait dengan penggunaan dana investasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi apakah seseorang akan berinvestasi atau menyimpan uang adalah tingkat bunga.

Penjualan didefinisikan sebagai "jumlah omset barang atau jasa yang dijual, baik dalam satuan maupun rupiah" oleh Kasmir (2016: 305).

Analisis Swasta Basu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan pada tahun 2019, hlm. 8–10. penjualan adalah ilmu dan seni menggunakan pengaruh pribadi seseorang untuk membujuk orang lain untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, proses transfer produk dan layanan antara penjual dan pelanggan dapat dibuat dengan kehadiran penjualan. Mengingat konteks di atas, masalah utama dengan penelitian ini adalah: “Efektivitas Pemberian Suku Bunga Rendah Terhadap Peningkatan Penjualan Di PT Home Credit Indonesia *district* Bandung timur”.

Peneliti mengajukan pertanyaan dari permasalahan yang telah terjadi agar dapat mensolusikan permasalahan tersebut. Pertanyaan tersebut yaitu (1) Bagaimana pemberian suku bunga rendah di PT Home credit Indonesia *distiric* Bandung? (2) Bagaimana tigkat penjualan 1 tahun terakhir PT Home credit Indonesia *distiric* Bandung; (3) Bagai mana pengaruh penerapan suku bunga rendah terhadap peningkatan penjualan PT Home credit Indonesia *distiric* Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah (1) mendapatkan gambaran mengenai program suku bunga rendah yang diterapkan untuk konsumen; (2) Mendapatkan gambaran mengenai tingkat penjualan; (3) Mendapatkan gambaran pengaruh penerapan suku bunga ringan terhadap peningkatan penjualan.

Hipotesis penelitian

H0: Diduga tidak terdapat pengaruh suku bunga rendah terhadap penjualan

H1: Diduga terdapat pengaruh program suku bunga rendah terhadap penjualan.

METODE

Penulis menggunakan medote deskriptif kuantitatif dengan dua variabel yaitu variabel independent tentang suku bunga rendah dan dependen tentang peningkatan penjualan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan penjualan di PT Home Credit Indonesi *District* Bandung Timur.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah laporan penjualan yang mengikuti program suku bunga rendah selama satu tahun terakhir di Homecredit *district* Bandung Timur.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan melihat laporan data penjualan dari 1 tahun terakhir, data untuk penelitian ini melalui observasi.

Teknik Analisa Data

Metode analisis data penelitian meliputi analisis kuantitatif yang didukung oleh SPSS dan statistik.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t bertujuan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Uji perbedaan sampel independen Uji T, umumnya dikenal sebagai skor t, menggunakan perbedaan rata-rata antara dua sampel dan pada dasarnya adalah skor z (distribusi z). Sampel dapat mengambil bentuk dua sampel yang sebenarnya berbeda atau unit yang terdiri dari dua sampel yang dapat dibagi menjadi dua kelompok.

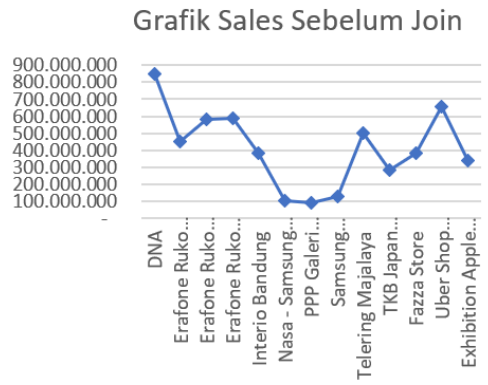
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah data penjualan toko-toko sesudah dan sebelum mengikuti, dan penjualan toko yang tidak mengikuti program bunga rendah dalam 1 tahun terakhir:

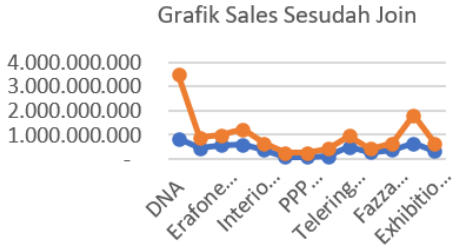
Tabel 1
Jumlah sales sebelum, sesudah dan tidak join program

Nama Toko	Sales Sebelum Join	Sales Sesudah Join	Toko Tidak Join	Sales Tidak Join
DNA	850,6	3.490.2	Mega Majalaya	518.5
Eraphone Cibiru	453.0	878.9	Berlin EHP	176.0
Eraphone Ciparay	580.4	979.2	Dealer SML	224.2
Eraphone RUB	587.8	1.226.9	berlin furniture	492.9
Interio Bd.	382.9	654.4	Zenna Ohl	137.3
Telering Mjl	503.7	969.3	Berlindo	83.6
FazzaStore	382.9	654.4	Roda Kbc	10.5
TKB Japan	282.6	435.9	Makmur JE	235.3
Exhibition AppUMB	337.2	659.6	Sinar jaya	264.4
Nasa - Samsung	99.5	251.2	Hen Jaya	120.3
PPP Galeri	88.5	255.9	andalas	139.0
(SEP)	125.4	422.8	Jakarta elk	424.2
Uber Shop	654.5	1.824.7	Orbit Telekom	75.4

Sumber : laporan sales (diolah oleh penulis 2023)



Gambar 1. Grafik sales sebelum join program
Sumber diolah penulis (2023)

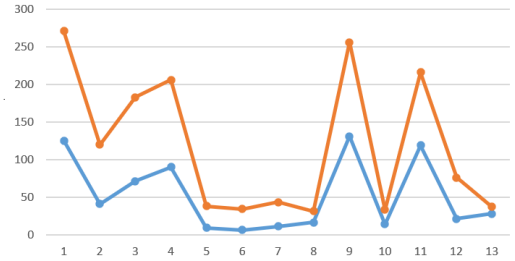


Gambar 2. Grafik sales sesudah join program
Sumber diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil grafik dari data tabulasi diatas menggambarkan bahwa sales penjulan setiap toko mengalami kenaikan penjulan yang signifikan. Grafik diatas menunjukan penjualan tertinggi terdapat pada toko DNA dengan penjualan sebesar Rp.3.490.235.000 dari sebelumnya sebesar Rp.850.670.000. Toko tersebut mengalami presentase kenaikan sebesar 310% dari sales sebelum join program suku bunga rendah.

Dari grafik diatas, toko yang mendapatkan kenaikan persentase terkecil yakni toko TKB Japan Motor sport sebesar 54% dengan penjualan sebesar Rp.435.946.000 dari sebelum mengikuti program mendapatkan sales sebesar Rp.282.644.900.

Dapat peneliti simpulkan bahwa program suku bunga rendah berpengaruh terhadap kenaikan penjualan satu tahun terakhir jika dibandingkan dengan toko tidak mengikuti program suku bunga ringan.



Gambar 3. Grafik peningkatan jumlah konsumen setelah mengikuti program
Sumber diolah penulis (2023)

Berdasarkan grafik diatas menunjukan bahwa dengan mengikuti program bunga ringan terjadi peningkatan jumlah konsumen di toko yang mengikuti program bunga ringan. Presentase paling minim mengalami penigkaktan 32% sampai dengan 467% peningkatan jumlah konsumen. Artinya dengan mengikuti program bunga ringan terjadi peningkatan jumlah konsumen.

Uji normalitas data

Uji normalitas data sebelum dan sesudah *join* program

Tabel 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		13
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	427277872,124894
Most Extreme Differences	Absolute	,187
	Positive	,187
	Negative	-,137
Test Statistic		,187
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas sebelum dan sesudah *join* program

Sumber: data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 26(2023)

Karena nilai signifikan Asymp.Sig (2-tailed) diketahui lebih besar dari 0,05, uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang disebutkan di atas digunakan sebagai dasar untuk pilihan dinyatakan normal.

Uji T-test sebelum dan sesudah join program

Tabel 3
Uji t-test data sebelum dan sesudah join program

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3778375607,760	26180 3256,287		-1,443	,177
	sebelum join	3,305	,563	,871	5,874	,000

a. Dependent Variable: sesudah join program

Sumber: data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 26(2023)

Berdasarkan nilai hasil uji diatas diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan mengikuti program dapat meningkatkan penjualan.

Berdasarkan nilai t: diketahui T_{hitung} sebesar 5,874 > T_{tabel} 2,201 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti sebelum dan sesudah mengikuti program berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Uji beda sampel T-test sebelum dan sesudah join program

Tabel 4
Uji beda independent sampel t-test sebelum dan sesudah *join* program

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper
Sales	Equal variances assumed	4,189	,052	-2,276	24	,032	-567271049,308	24924751 8,101	-108169264 3,406	-528494 55,209
	Equal variances not assumed			-2,276	13,658	,040	-567271049,308	24924751 8,101	-110311334 7,609	-314287 51,007

Sumber: data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 26(2023)

Berdasarkan hasil uji data diatas menunjukan nilai Sig.(2-tailed) 0,032 < 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah mengikuti program bunga ringan.

Uji normalitas peningkatan jumlah konsumen

Tabel 5
Uji normalitas peningkatan jumlah konsumen

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Konsumen	Omset
N		6	6
Normal Parameters[a,b]	Mean	251,17	2008278390,83
	Std. Deviation	64,235	840209908,031
Most Extreme Differences	Absolute	,151	,182
	Positive	,151	,182
	Negative	-,122	-,113
Test Statistic		,151	,182
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]	,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 26 (2023)

Diketahui nilai signifikansi Asymp, Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov berarti berdistribusi normal.

Uji T-Test peningkatan jumlah konsumen setelah mengikuti program bunga rendah

Tabel 6
Uji t-test jumlah konsumen setelah mengikuti program

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
I	(Constant)	-989400741,268	690233015,183		-1,433	,225
	Konsumen	11935019,769	2676142,723	,912	4,460	,011

a. Dependent Variable: Omset

Sumber: data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan nilai uji data diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,011 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi penambahan konsumen setelah mengikuti program bunga ringan, yang berpengaruh terhadap penjuala.

Berdasarkan nilai t : diketahui T_{hitung} sebesar 4,460 > T_{tabel} 2,201 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terjadi peningkatan jumlah konsumen.

Uji beda independent sampel T-Test peningkatan jumlah konsumen

Tabel 7
Uji beda independent sampel t-test jumlah konsumen

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper
XI	Equal variances assumed	11,539	,003	-2,299	22	,031	-71,083	30,925	-135,217	-6,950
	Equal variances not assumed			-2,299	16,631	,035	-71,083	30,925	-136,439	-5,728

Sumber: data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan hasil uji data diatas menunjukan nilai Sig.(2-tailed) 0,031 < 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan jumlah konsumen yang berminat setelah toko mengikuti program bunga ringan.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Dengan hasil penelitian dan pembahasan diatas, diterapkan program bunga rendah terhadap konsumen pada toko yang ikut program suku bunga rendah, program ini diberikan kepada seluruh konsumen yang melakukan transaksi di toko yang mengikuti program suku bunga rendah. Dilihat dari data sales satu tahun terakhir terbukti efektif bisa meningkatkan jumlah kosumen dan meningkatkan penjulan.

Dengan diterapkan program suku bunga rendah terbukti efektif dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dalam satu tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan toko yang tidak menggunakan program suku bunga rendah, toko dengan suku bunga rendah biasanya menikmati kenaikan yang lebih besar.

Program suku bunga rendah berpengaruh sangat signifikan terhadap peningkatan penjualan, dan program ini berpengaruh terhadap peningkatan jumlah konsumen yang berminat dalam satu tahun terakhir ini.

Saran

Saran dalam penelitian ini bagi toko-toko yang belum mengikuti program bunga rendah untuk segera mengikuti program tersebut, karena bisa meningkatkan penjualan baik bagi toko tersebut maupun bagi homecredit sendiri. Peneliti masa depan disarankan untuk mendapatkan bahan referensi yang lebih relevan untuk penelitian mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Boediono. 2014. Seri Sinopsis Pengantar Ilmu - No. 5 Ekonomi Makro. Yogyakarta: BPFE

Dharmmesta,Basu Swata, dan Handoko.,(2018) manakemen pemasaran analisis perilaku konsumen. Yogyakarta: BP FE-YOGYAKARTA.

Ghozali, I. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariable*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Kamsir, (2016). Analisis Laporan Keuangan, Cetak ke-7. Jakarta: PT RahaGrafindo persada.

Homecredit, (2023). *Artikel Sejarah homecredit.* Diakses dari: *homecredit.go.id* pada tanggal 27 juni 2023.

Ojk (2023) *artikel suku bunga*. Diakses dari : https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20649 pada tanggal 27 Juni 2023.

SPSS Indonesia. (2023). *Uji statistic.* Diakses dari: *www.spssindonesia.com* pada tanggal 27 juni 2023.