

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kredit

Dalam kehidupan sehari-hari, kata kredit bukan perkataan yang asing bagi masyarakat kita. Perkataan kredit tidak saja dikenal oleh masyarakat di kota-kota besar, tetapi sampai di desa-desa pun kata kredit tersebut sudah sangat populer.

Istilah kredit berasal dari bahasa Yunani (*credere*) yang berarti kepercayaan (*truth* atau *faith*). Oleh karena itu dasar dari kredit adalah kepercayaan. Seseorang atau suatu badan yang memberikan kredit (*kreditur*) percaya bahwa penerima kredit (*debitur*) di masa mendatang akan sanggup memenuhi segala sesuatu yang telah dijanjikan. Apa yang telah dijanjikan itu dapat berupa barang, uang atau jasa.

Menurut UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 (UU Perbankan) mendefinisikan kredit sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

2.1.1 Jenis-jenis Kredit

Jenis atau macam tipe kredit dilihat dari berbagai aspeknya sangat banyak, menurut Kasmir, (2003:76) menyatakan bahwa:

Secara umum jenis-jenis kredit yang disalurkan oleh bank atau non bank dan dilihat dari berbagai segi adalah:

1. Dilihat dari Segi Kegunaan

- a. Kredit Investasi

Yaitu kredit yang diperlukan untuk perluasan usaha atau membangun proyek/pabrik baru di mana masa pemakainya untuk suatu periode yang relatif lebih lama dan biasanya kegunaan kredit ini adalah untuk kegiatan utama suatu perusahaan.

- b. Kredit Modal Kerja

Merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya-biaya lain yang berkaitan dengan proses perusahaan. Kredit modal kerja merupakan kredit yang dicairkan untuk mendukung kredit investasi yang sudah ada.

2. Dilihat dari Segi Tujuan Kredit

- a. Kredit Produktif

Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Artinya kredit ini digunakan untuk diusahakan sehingga menghasilkan suatu baik berupa barang atau jasa.

b. Kredit Konsumtif

Merupakan kredit yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seorang atau badan usaha.

c. Kredit Perdagangan

Kredit perdagangan merupakan kredit yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada supplier atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah tertentu.

3. Dilihat dari Segi Jangka Waktu

a. Kredit Jangka Pendek

Kredit ini merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari 1 tahun atau paling lama 1 tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.

b. Kredit Jangka Menengah

Jangka waktu kredit berkisar 1 tahun sampai dengan 3 tahun, kredit model ini dapat digunakan untuk modal kerja. beberapa bank mengklasifikasikan kredit menengah menjadi kredit jangka panjang.

c. Kredit Jangka Panjang

Merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang yaitu diatas 3 tahun atau 5 tahun. Biasanya kredit ini digunakan untuk investasi jangka

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

4. Dilihat dari Segi Jaminan

a. Kredit dengan Jaminan

Merupakan kredit yang diberikan dengan suatu jaminan tertentu. Jaminan tersebut dapat berupa barang berwujud atau tidak berwujud. Artinya setiap kredit yang dikeluarkan dilindungi senilai jaminan yang diberikan si calon debitur.

b. Kredit tanpa Jaminan

Yaitu kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha, karakter serta loyalitas si calon debitur selama berhubungan dengan bank yang bersangkutan.

5. Kredit menurut Sumber Dananya

Kredit menurut sumber dananya dibedakan menjadi :

a. Kredit dana internal bank, yaitu kredit yang berasal dari dana *intern* bank, baik yang berasal dari mobilisasi dana oleh bank maupun yang berasal dari modal sendiri.

b. Kredit dana eksternal bank, yaitu kredit yang berasal dari dana eksternal bank atau pihak lain.

c. Kredit sindikasi, kredit yang dananya berasal dari beberapa bank atau lembaga keuangan untuk membiayai suatu proyek yang membutuhkan dana cukup besar, dimana dana tersebut dapat disediakan oleh satu bank saja, mengingat Ketentuan Batas Maksimum Pemberian Kredit. Selain

keterbatasan tersebut, kredit sindikasi merupakan suatu bentuk pembagian risiko kredit.

6. Menurut Cara Pencairan Kredit

Kredit menurut cara pencairan atau penarikannya dapat dibedakan menjadi:

- a. *Credit afbetaling*, kredit yang pencairannya dilakukan sekaligus atau bertahap sesuai dengan rencana sampai dengan batas maksimumnya dan pelunasannya diangsur sesuai dengan jadwal angsuran sampai dengan tanggal jatuh tempo yang telah ditetapkan.
- b. *Credit revolving*, kredit yang pencairannya dilakukan berulang kali dalam jumlah tertentu selama masih di bawah batas maksimum dalam suatu jangka waktu tertentu. Penarikan dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau bilyet giro atau surat aksep.
- c. *Contingency financing*, perjanjian kredit antara bank dengan nasabah.

2.1.2 Unsur – Unsur Kredit

Setiap pemberian kredit sebenarnya jika dijabarkan secara mendalam mengandung beberapa arti. Jadi dengan menyebutkan kata kredit sudah mengandung beberapa arti. Atau dengan pengertian kata kredit jika dilihat secara utuh mengandung beberapa makna, sehingga jika kita membicarakan kredit maka termasuk membicarakan unsur-unsur yang terkandung didalamnya. Menurut Kasmir, (2003:74) dalam buku “Manajemen Perbankan” menyatakan bahwa:

Unsur-unsur kredit yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit adalah:

1. Kepercayaan

Yaitu suatu keyakinan pemberi kredit (bank atau non bank) bahwa kredit yang diberikan baik berupa uang, barang atau jasa akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu di masa datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank atau non bank, karena sebelum dana dikucurkan, sudah dilakukan penelitian dan penyelidikan yang mendalam tentang nasabah. Penelitian dan penyelidikan yang dilakukan untuk mengetahui kemauan dan kemampuannya dalam membayar kredit yang disalurkan.

2. Kesepakatan

Disamping unsur kepercayaan di dalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan kredit ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing. Kesepakatan penyaluran kredit dituangkan dalam akad kredit yang ditandatangani oleh kedua belah pihak yaitu bank dan nasabah.

3. Jangka Waktu

Setiap kredit yang diberikan pasti memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati. Hampir dapat dipastikan bahwa tidak ada kredit yang tidak memiliki jangka waktu.

4. Risiko

Faktor risiko kerugian dapat diakibatkan dua hal yaitu risiko kerugian yang diakibatkan nasabah sengaja tidak mau membayar kreditnya pada hal mampu dan risiko kerugian yang diakibatkan karena nasabah tidak sengaja

yaitu terjadinya musibah seperti bencana alam. Penyebab tidak tertagih sebenarnya dikarenakan adanya suatu tenggang waktu pengembalian (jangka waktu). Semakin panjang jangka waktu suatu kredit semakin besar risiko tak tertagih, demikian pula sebaliknya. Risiko ini menjadi tanggungan bank atau non bank, baik risiko yang disengaja maupun risiko yang tidak disengaja.

5. Balas Jasa

Akibat dari pemberian fasilitas kredit bank tentu mengharapkan suatu keuntungan dalam jumlah tertentu. Keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang dikenal dengan nama bunga bagi bank atau non bank prinsip konvensional. Balas jasa dalam bentuk bunga, biaya provisi dan komisi serta biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan utama bank. Sedangkan bagi bank atau non bank yang berdasarkan prinsip syariah jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

2.1.3 Prinsip -Prinsip Perkreditan

Didalam pemberian kreditnya bank atau non bank harus memperhatikan prinsip-prinsip pemberian kredit yang benar. Artinya sebelum suatu fasilitas kredit yang diberikan maka bank atau non bank harus merasa yakin terlebih dahulu bahwa kredit yang diberikan benar-benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian kredit sebelum kredit tersebut disalurkan. Penilaian kredit oleh bank atau non bank dapat dilakukan dengan berbagai prinsip untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya. Ada beberapa prinsip-prinsip penilaian kredit yang sering dilakukan yaitu dengan analisis 5 C, analisis 7 P dan studi kelayakan.

Adapun menurut pendapat Kasmir, (2003:73) dalam buku “Manajemen Perbankan” yaitu :

1. Karakter (*Character*)

Pengertian character adalah sifat atau watak seseorang dalam hal ini calon debitur. Tujuan adalah untuk memberikan keyakinan kepada bank bahwa, sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya. Keyakinan ini tercemin dari latar belakang si nasabah baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti: cara hidup atau gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga, hobi dan social standingnya. Karakter merupakan ukuran untuk menilai “kemauan” nasabah membayar kreditnya. Orang yang memiliki karakter baik akan berusaha membayar kreditnya dengan berbagai cara.

2. Kemampuan (*Capacity*)

Untuk melihat kemampuan calon nasabah dalam membayar kredit yang berhubungan dengan kemampuannya mengelola bisnis serta kemampuannya mencari laba. Sehingga pada akhirnya akan terlihat kemampuannya dalam mengembalikan kredit yang disalurkan. Semakin banyak sumber pendapatan seseorang maka semakin besar kemampuannya untuk membayar kredit.

3. Modal (*Capital*)

Biasanya bank tidak akan bersedia untuk membiayai suatu usaha 100%, artinya setiap nasabah yang mengajukan permohonan kredit harus pula menyediakan dana dari sumberlainnya atau modal sendiri dengan kata lain

Capital adalah untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank.

4. Jaminan (*Colleteral*)

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminanan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahannya, sehingga jika terjadi suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepatnya mungkin. Fungsi jaminan adalah sebagai pelindungan bank dari resiko kerugian.

5. Kondisi Ekonomi (*Condition of Economy*)

Dalam menilai kredit hendaknya juga menilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk dimasa yang akan datang sesuai sector masing-masing. Dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil sebaiknya pemberian kredit untuk sektor tertentu jangan diberikan terlebih dahulu dan kalupun jadi diberikan sebaiknya juga dengan melihat prospek usaha tersebut dimasa yang akan datang.

Sedangkan penilaian dengan 7 P kredit adalah sebagai berikut:

1. Kepribadian (*Personality*)

Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari-hari maupun masa lalunya, mencakup sikap, emosi, tingkah laku dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah.

2. Kelompok (*Party*)

Yaitu mengklasifikasikan nasabah ke dalam klasifikasi tertentu atau golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya.

3. Tujuan (*Perpose*)

Yaitu mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan. Tujuan pengambilan kredit bermacam-macam apakah tujuan untuk konsumtif atau untuk tujuan produktif atau untuk tujuan perdagangan.

4. Prospek (*Prospect*)

Yaitu menilai usaha nasabah di masa yang akan datang apakah menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya.

5. Pembayaran (*Payment*)

Merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit yang diperolehnya.

6. Profitabilitas (*Profitability*)

Untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba.

7. Perlindungan (*Protection*)

Tujuannya adalah bagaimana menjaga kredit yang dikururkan oleh bank atau non bank namun melalui suatu perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang atau orang atau jaminan asuransi.

Disamping penilaian dengan 5C dan 7P, prinsip penilaian kredit dapat pula dilakukan dengan studi kelayakan, terutama untuk kredit dalam jumlah yang relatif besar, menurut Kasmir (2003:94,95), menyatakan bahwa:

Penilaian kredit dengan kelayakan meliputi:

1. Aspek Hukum

Merupakan aspek untuk menilai keabsahan dan keaslian dokumen-dokumen atau surat-surat yang dimiliki oleh calon debitur, seperti akte notaris, izin usaha atau sertifikat tanah dan dokumen atau surat lainnya.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Yaitu aspek untuk menilai prospek usaha nasabah sekarang dan dimasa akan datang.

3. Aspek Keuangan

Merupakan aspek untuk menilai kemampuan calon nasabah dalam membiayai dan mengelola usahanya. Dari aspek ini akan tergambar berapa besar biaya dan pendapatan yang akan dikeluarkan dan diperolehnya. Penilaian aspek ini dengan menggunakan rasio-rasio keuangan.

4. Aspek Operasi/Teknis

Merupakan aspek untuk menilai tata ruangan, lokasi dan kapasitas produksi suatu usaha yang tecermin dari sarana dan prasarana yang dimilikinya.

5. Aspek Manajemen

Merupakan aspek untuk menilai sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan, baik dari segi kuantitas maupun segi kualitas.

6. Aspek Ekonomi Sosial

Merupakan aspek untuk dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkan dengan adanya suatu usaha tertentu kepada masyarakat, apakah lebih banyak benefit atau cost atau sebaliknya.

7. Aspek AMDAL

Merupakan aspek yang menilai dampak lingkungan yang akan timbul dengan adanya suatu usaha, kemudian cara-cara pencegahan terhadap dampak tersebut.

2.1.4 Fungsi Kredit

Usaha pokok bank adalah memberikan kredit dan kredit yang diberikan oleh bank mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam segala bidang kehidupan khususnya di bidang ekonomi.

Fungsi kredit perbankan dalam kehidupan perekonomian dan perdagangan antara lain sebagai berikut :

- a. Kredit hakikatnya dapat meningkatkan daya guna uang.
- b. Kredit dapat meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang.
- c. Kredit sebagai salah satu alat stabilitas ekonomi.
- d. Kredit dapat meningkatkan gairah berusaha.
- e. Kredit dapat meningkatkan penerimaan pendapatan.

2.1.5 Tujuan Kredit

Dalam membahas tujuan kredit, kita tidak dapat melepaskan diri dari falsafah yang dianut oleh suatu negara. Di negara-negara *liberal* tujuan kredit didasarkan kepada usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan prinsip ekonomi yaitu dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya untuk memperoleh manfaat (keuntungan) yang sebesar-besarnya.

Keuntungan (*profitability*) merupakan tujuan dari pemberian kredit yang terjelma dalam bentuk bunga yang diterima. Dan karena Pancasila adalah sebagai dasar dan falsafah negara kita, maka tujuan kredit tidak semata-mata mencari keuntungan, melainkan disesuaikan dengan tujuan negara yaitu untuk mencapai masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Dengan demikian tujuan kredit yang diberikan oleh suatu bank, khususnya bank pemerintah yang akan mengembangkan tugas sebagai *agent of development* adalah untuk :

- a. Turut menyukseskan program pemerintah di bidang ekonomian pembangunan.
- b. Meningkatkan aktifitas perusahaan agar dapat menjalankan fungsinya guna menjamin terpenuhinya kebutuhan masyarakat.
- c. Memperoleh laba agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin, dan dapat memperluas usahanya.

2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia Perbankan

Salah satu pengelolaan paling penting dalam dunia perbankan adalah pengelolaan terhadap sumber daya manusia (SDM). Hal ini disebabkan sumber daya manusia merupakan tulang punggung dalam menjalankan roda kegiatan operasional suatu bank. Untuk itu penyediaan sumber daya manusia (bankir) sebagai motor pergerak operasional bank haruslah disiapkan sedini mungkin. Disamping itu sumber daya manusia yang dimiliki oleh bank haruslah memiliki kemampuan dalam menjalankan setiap transaksi perbankan, mengingat faktor pelayanan yang diberikan oleh para karyawan ini sangat menentukan sukses atau tidaknya bank

kedepan. Kemampuan yang telah dimiliki harus diasah secara terus-menerus, baik melalui pengalaman kerja maupun pelatihan dan pengembangan karyawan.

Menurut kasmir, manajemen sumber daya manusia perbankan adalah kegiatan pengelolaan sumber daya manusia yang ada di bank melalui kegiatan perencanaan analisa jabatan, perencanaan tenaga kerja, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, perencanaan karir, penilaian prestasi kerja sampai dengan pemberian kompensasi yang transparan.

2.3 Pemasaran Bank

Pemasaran merupakan ujung tombak bagi suatu perusahaan. Sukses atau tidaknya sebuah perusahaan tergantung dari segi pemasarannya. Jika pemasaran itu dapat menarik konsumen maka perusahaan tersebut akan mendapatkan laba, dan begitu pula sebaliknya suatu perusahaan akan merugi jika pemasarannya tidak berjalan dengan baik.

Secara umum pengertian manajemen pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya.

Dalam pemasaran atau pencapaian target yang diharapkan suatu bank harus memperhatikan prinsip “7P” sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran.

Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian

sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Harga (*Price*)

Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut menghasilkan mengembangkan produk baru. Selain itu perusahaan harus memposisikan produknya berdasarkan kualitas, harga, dan segmen yang dituju.

3. Tempat/Saluran distribusi (*Place*)

Place dalam jasa merupakan gabungan antara tempat dan keputusan atas saluran distribusi dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada masyarakat.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti Koran, majalah, tabloid, radio, televisi. Media promosi yang dapat digunakan pada bisnis ini antara lain (1) Periklanan, (2) Promosi penjualan, (3) Publisitas dan hubungan masyarakat, dan (4) Pemasaran langsung. Penentuan media promosi yang akan digunakan didasarkan pada jenis dan bentuk produk itu sendiri.

5. Sumber Daya Manusia (*People*)

Hal ini merupakan kegiatan menyeluruh dari suatu perusahaan yang melibatkan hubungan antara organisasi dan karyawan yang berperan utama

dalam pemasaran jasa. Kesuksesan suatu jasa sangat tergantung dengan pelatihan, motivasi, dan sumber daya manusia, untuk mencapai kualitas terbaik, maka pegawai dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka yaitu memberikan kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan.

6. Proses (*Process*)

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Pengelola usaha melalui front liner sering menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen. Fasilitas jasa konsultasi gratis, administrasi gratis, pengiriman produk, credit card, card member dan fasilitas layanan yang berpengaruh pada image perusahaan.

7. Lingkungan Fisik (*Physical evidence*)

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, pelatakan dan layout yang nampak.