

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penduduk yang ada di Indonesia memiliki tingkat status sosial yang beragam, hal inilah yang menyebabkan Indonesia masuk kawasan pasar potensial dalam usaha perkreditan, status sosial pada kalangan masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan rendah menduduki peringkat tertinggi. Oleh karenanya pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta untuk melakukan pembangunan melalui penyaluran kredit kepada masyarakat.

Dengan bantuan kredit, masyarakat atau para pengusaha dapat memperluas usahanya dan dapat menciptakan lapangan usaha baru, sehingga dapat membantu program pemerintah dalam pemerataan pembangunan, pengentasan kemiskinan dan peningkatan pendapatan ekonomi rakyat. Dengan meningkatnya pendapatan ekonomi masyarakat dan kemajuan dunia usaha secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap kebutuhan akan dana untuk memenuhi keinginan mereka.

Saat ini kredit tidak asing bagi masyarakat Indonesia, dari masyarakat kecil, menengah dan sampai pengusaha mengenal kredit, dengan status sosial yang berbeda dan tingkat pendapatan yang masih rendah, masyarakat pada umumnya menggunakan jasa perusahaan *leasing* dan *bank*

untuk kredit, baik itu untuk kredit kebutuhan akan dana tunai, barang elektronik, barang perabotan rumah tangga dan kendaraan bermotor.

Kredit menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 yaitu,

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.¹

Namun dalam sistem pemberian kredit kepada calon nasabah, pihak *leasing* atau pemberi kredit selalu saja mendapati hambatan-hambatan dalam melakukan survey karna adanya intervensi dari pihak *Showroom* yang dapat mempengaruhi hasil penilaian kelayakan terhadap calon nasabah, contoh kasus yang di alami oleh peneliti sendiri sebagai *Credit Marketin Officer (CMO)* salah satu karyawan PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu, dimana pihak *Showroom* Barton Mobil yang terkesan melakukan intervensi dan mempengaruhi *Credit Marketin Officer (CMO)* dalam pengambilan keputusan hasil penilaian kelayakan terhadap calon nasabah yang akan diberikan kredit mobil yang ada di *Showroomnya*, sehingga *Credit Marketin Officer (CMO)* tidak dapat menjalankan peran dan fungsinya untuk melakukan analisis data terhadap kelayakan calon nasabah yang akan diberikan kredit.

Padahal dalam surat perjanjian kerja sama pihak *Showroom* tidak diperbolehkan adanya intervensi yang berlebihan kepada *Credit Marketing*

¹ Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992.

Officer (CMO) untuk melakukan pemberian *Accedere* atau (*ACC*) yang akan diberikan kepada calon nasabahnya.

Pada Surat Perjanjian Kerja Sama Nomor 01/PKS-SR/CFI-843/VII/2022 pasal 1 tentang Hak dan Kewajiban pada poin 1 antara PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom Barton Mobil* dikatakan bahwa Clipan akan melakukan penelitian/penganalisaan terhadap kemampuan nasabah sesuai dengan syarat-syarat kredit (pemberian pembiayaan) yang telah disepakati oleh Clipan.²

Hal inilah yang menarik peneliti untuk menggali lebih dalam lagi terkait latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Evaluasi Sistem Pemberian Kredit Berdasarkan Surat Perjanjian Kerja Sama Oleh PT. Clipan Finance Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu Terhadap Showroom Barton Mobil Di Wilayah Labuhanbatu”***.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana dasar hukum dalam sistem pemberian kredit berdasarkan surat perjanjian kerja sama oleh PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk

² Surat Perjanjian Kerja Sama No. 01/PKS-SR/CFI-843/VII/2022 pasal 1 tentang Hak dan Kewajiban pada poin 1 antara PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom Barton Mobil*.

Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu?

2. Bagaimana akibat hukum atas kejadian jika debitur melakukan wanprestasi pada PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi kepada para pembaca tentang dasar hukum dalam sistem pemberian kredit berdasarkan surat perjanjian kerja sama oleh PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu serta memberikan informasi tentang akibat hukum atas kejadian jika debitur melakukan *wanprestasi* pada PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu.
2. Menjadi bahan referensi bacaan untuk menambah wawasan bagi masyarakat Labuhanbatu untuk mengetahui tentang sistem dan evaluasi pemberian kredit berdasarkan surat perjanjian kerja sama oleh PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah ilmu pengetahuan penulis mengenai dasar hukum dalam sistem pemberian kredit berdasarkan surat perjanjian kerja sama oleh PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu serta memberikan informasi tentang akibat hukum atas kejadian jika debitur melakukan *wanprestasi* pada PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi perguruan tinggi dalam pengembangan ilmu pengetahuan ilmu hukum yang berkaitan dengan sistem dan evaluasi pemberian kredit berdasarkan surat perjanjian kerja sama oleh PT. Clipan *Finance* Indonesia Tbk Cabang Labuhanbatu terhadap *Showroom* Mobil di Wilayah Labuhanbatu.