

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini banyak sekali terdapat merk-merk sepeda motor yang ditawarkan kepada konsumen seperti merk YAMAHA, HONDA, SUZUKI, KAWASAKI, KTM dan lain sebagainya. Dimana masing-masing merk motor tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan merk lain maka, kegiatan pemasaran yang baik dan tepatlah yang memegang peranan yang penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan. Menurut Suliyanto “pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi dari empat variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan dari perusahaan. Variabel-variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat keompok utama yang dikenal dengan 4P, yaitu (1) *product* (produk), (2) *price* (harga), (3) *promotion* (promosi), dan (4) *place* (tempat/distribusi).”¹ Dengan kata lain pihak produsen harus mampu merebut hati konsumen akan hasil suatu produksi yang dijual dan berupaya untuk memuaskan konsumennya. Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda sebagaimana dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas disamping dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan internal lainnya yang berakibat langsung terhadap perilaku konsumen. Faktor eksternal tersebut meliputi, kebudayaan, sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Sadono mengatakan “faktor internalnya adalah faktor yang ada pada diri konsumen itu sendiri (psikologis) yang meliputi : belajar, kepribadian, dan konsep diri, serta sikap.”² Dan oleh sebab itu, konsumen harus dapat mengendalikan perubahan perilaku tersebut dengan berusaha mengimbangnya, yakni dengan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan dan melalui evaluasi berkala demi kelangsungan hidup produsen itu sendiri. Selain itu beragam cara yang dilakukan oleh produsen sepeda motor untuk memasarkan produk motornya, mulai diskon besar-besaran samapai dengan memberi uang muka yang murah, yang bisa dijangkau oleh kalangan masyarakat yang miskin sekalipun. Sasaran dari produsen ini adalah seluruh kalangan masyarakat mulai dari Karyawan, PNS, pedagang, mahasiswa bahkan anak-anak sekolah.

¹ Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2010), h.83

² Sukirno, Sadono,, *pengantar Teori Makro ekonomi*,(Jakarta : Raja Grafindo Persada,2002).h.67

Di samping itu, banyaknya kendaraan umum seperti angkot yang hilir mudik di Kota Serang untuk mencari rezeki. Namun beberapa tahun belakangan ini, sopir angkot sering mengeluh dikarenakan pengaturan trayek di Kota Serang yang tidak menentu. Kesemrautan trayek yang terjadi sering menyebabkan perebutan penumpang, bukan hanya antar sesama angkot Serang, melainkan dengan angkot luar Serang juga. Selain itu juga sopir angkot harus mengejar setoran kepada pemilik angkot dikarenakan kebanyakan sopir angkot di Kota Serang tidak menggunakan angkot pribadi, melainkan angkot sewaan. Padahal mereka dituntut untuk memenuhi kebutuhan keluaraganya dirumah. Disamping hal itu, masalah yang dihadapi oleh sopir angkot timbul dari para penumpang angkot. Dimana mayoritas penumpang angkot ini adalah masyarakat umum, karyawan, mahasiswa, dan siswa-siswi sekolah yang kian hari semakin berkurang. Berkurangnya penumpang angkutan umum ini disebabkan banyak faktor, yang salah satu faktornya adalah sudah banyaknya masyarakat yang mempunyai kendaraan pribadi seperti sepeda motor.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik mengambil topik dalam skripsi ini adalah **“PENGARUH KEBIJAKAN STANDAR UANG MUKA SEPEDA MOTOR TERHADAP PENDAPATAN SOPIR ANGKOT DI KOTA SERANG-BANTEN (Studi di Kota Serang)”**

B. Identifikasi Masalah

Ada beberapa masalah yang bisa diidentifikasi dari latar belakang masalah, yaitu :

Promosi adalah hal yang harus dilakukan oleh sebuah dealer sepeda motor guna mengenalkan suatu produk kepada masyarakat dan juga untuk menarik minat daya beli masyarakat terhadap produk tersebut. Salah satu promosi yang dilakukan oleh dealer yaitu dengan memberi uang muka yang begitu murah terhadap beberapa jenis sepeda motor, hingga banyak masyarakat yang bisa memiliki sepeda motor ini bukan hanya dari kalangan atas bahkan dari kalangan menengah.

Disamping maraknya masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi seperti sepeda motor, maka pengguna jasa angkutan umum perkotaan (angkot) semakin menurun, dan ini akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan (*profitabilitas*) sopir angkot.

C. Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitaian terhadap permasalahan yang ada, dan tidak keluar jalur penelitian, maka kami batasi permasalahanya sebagai berikut :

Penelitian ini hanya terbatas pada “Ada atau tidaknya pengaruh uang muka sepeda motor terhadap pendapatan sopir angkot di kota Serang-Banten”, dan penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Kota Serang-Banten.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas ada beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara uang muka sepeda motor terhadap pendapatan sopir angkot di kota Serang-Banten ?
2. Seberapa besar pengaruh uang muka sepeda motor terhadap pendapatan sopir angkot dikota Serang-Banten ?

E. Tujuan penelitian

Tujuan penelitaian ini dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara uang muka sepeda motor terhadap pendapatan sopir angkot di kota Serang-Banten
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh uang muka sepeda motor terhadap pendapatan sopir angkot dikota Serang-Banten

F. Manfaat Penelitian

Untuk peneliti sendiri, penelitian ini diharapkan menjadi pembelajaran untuk penelitiaan-penelitian yang selanjutnya.

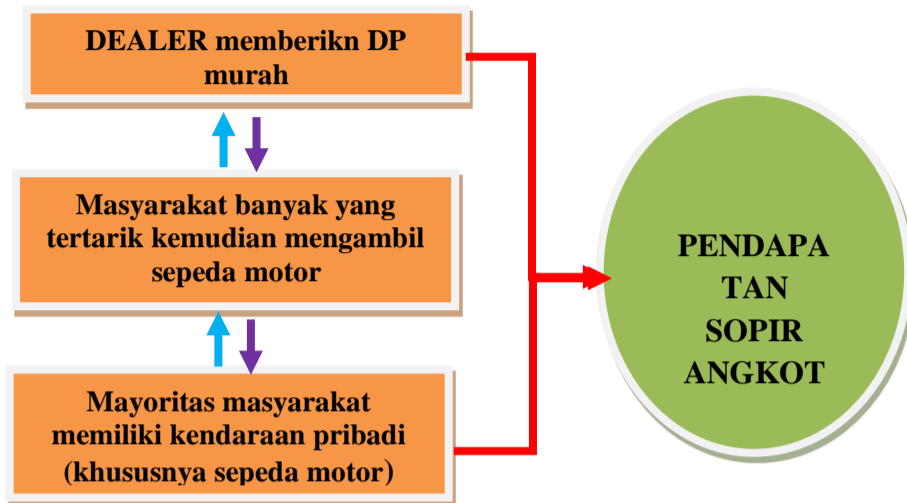
Untuk mahasiswa dan masyarakat, penelitaian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan menjadi suatu bahan pembelajaran dikemudian hari.

Untuk Pemerintah, penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan kebijakan bagi para produsen dan pedagang, serta menentukan kebijakan retribusi.

G. Kerangka Pemikian

Banyak hal yang memepengaruhi pendapatan sopir angkot di Kota Serang ini, namun dalam hal ini yang lebih dijadikan fokus adalah banyaknya masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi (khususnya sepeda motor). Salah satu yang memicu hal ini, karena pihak penjual sepeda motor memberikan beragam kemudahan kepada masyarakat untuk memiliki sepeda motor seperti memberikan uang muka (*Down Payment*) yang murah.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Data yang diolah

Dalam hukum islam kita diperbolehkan untuk mencari rezeki dan karunia Allah SWT., diseluruh muka bumi. Sebagaimana firman-Nya :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

"Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". (Q.S. Al-Jumu'ah : 10)³.

Tetapi dalam mencari rezekipun, tidak boleh dengan jalan yang dilarang oleh agama, bahkan dianjurkan dengan jalan saling meridhoi. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT., :

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

" Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (Q.S. An-Nisa : 29)⁴.

Namun dalam setiap usaha manusia hendaknya tidak terlalu berkeyakinan kepada diri sendiri, dikarenakan manusia hanya berusaha sedangkan yang menentukan hasilnya adalah Allah SWT. Hal ini didasari bahwa semua rezeki manusia bahkan seluruh makhluk di dunia ini sudah ada yang mengatur. Sebagaimana firman-Nya :

³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Pustaka Agung Harapan, 2006), h.809

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*,h.107

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ

مُيِّنٍ ﴿٦﴾

“dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezkinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. semuanya tertulis dalam kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh). (Q.S. Hud : 6)”⁵

Dalam ayat yang mulia ini, Allah menjelaskan pertukaran harta bahwa dapat dilakukan dengan perniagaan yang berasaskan saling suka di antara para transaktornya.

Dewasa ini, banyak sekali berkembang sistem perniagaan yang perlu dijelaskan hukum syariatnya. Apalagi, di masa ini kaum muslimin sudah menjauh dari agamanya, dan ditambah lagi dengan kurangnya pemahaman mereka terhadap syariat Islam. Salah satu sistem perniagaan tersebut adalah jual-beli dengan sistem panjar atau *down payment (DP)*.

1. Pengertian Uang Muka

Dalam menyikapi pengertian uang muka (Down Payment), berikut sebagaimana dijelaskan oleh Syaikh DR. Abdulqayum As-Sahibaani :

Uang muka (*Down Payment*) dalam bahasa Arab, adalah “urban” (العربون). Kata ini memiliki padanan kata (sinonim) dalam bahasa Arab, yaitu “urban” (الأربان), “urban” (العربان), dan “urban” (الأربون). Secara bahasa artinya kata jadi transaksi dalam jual-beli. Bentuk jual-beli ini dapat diberi gambaran sebagai berikut, uang yang dibayarkan dimuka oleh seseorang pembeli barang kepada si penjual. Bila transaksi itu mereka lanjutkan, maka uang muka itu dimasukkan ke dalam harga pembayaran. Kalau tidak jadi, maka menjadi milik si penjual. Atau seorang pembeli menyerahkan sejumlah uang dan menyatakan, “Apabila saya ambil barang tersebut maka ini adalah bagian dari nilai harga, dan bila tidak jadi saya ambil maka uang (DP) tersebut untukmu. Atau seorang membeli barang dan menyerahkan satu dirham atau lebih kepada penjualnya, dengan ketentuan apabila si pembeli mengambil barang tersebut maka uang panjar tersebut dihitung pembayaran, dan bila gagal maka itu milik penjual.”⁶

Dalam hal bermuamalat pun, manusia tentunya akan menjadi salah satu pelaku ekonomi baik itu sebagai produsen, pedagang atau pembeli, yang didalamnya akan membutuhkan satu sama lainnya. Sehingga akan terjadi proses permintaan dari konsumen, penawaran dari pedagang sampai pendapatan yang diperoleh oleh pihak produsen.

⁵ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya...,h.298

⁶ Abdulqayum As-Sahibaani, 'Pengertian Uang Muka menurut pandangan

Menurut Suherman Rosyidi, “permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan.”⁷

Menurut Yoopi Abimanyu, adapun faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen adalah sebagai berikut : 1). Harga barang ; akibat perubahan harga, dengan asumsi faktor lain dianggap konstan, jumlah barang yang diminta akan berubah. Ini sangat populer dengan nama “hukum permintaan”, dimana bila harga barang naik, maka konsumen akan beralih kepada barang yang lain yang relatif menjadi lebih murah. Sebaliknya, bila harga barang turun, maka konsumen akan beralih dari barang lain yang relatif lebih mahal ke barang tersebut yang lebih murah. 2). Pendapatan konsumen ; akibat perubahan pendapatan, jumlah barang yang diminta akan berubah (dengan asumsi variabel konstan). Bila kenaikan pendapatan mendorong kenaikan permintaan akan suatu barang, barang itu disebut barang normal (misal barang konsumtif). Jadi, hubungan antara pendapatan dan barang normal adalah positif. Bila kenaikan pendapatan mendorong penurunan permintaan akan suatu barang, barang itu disebut barang inferior (misal : nasi aking), asumsinya faktor lain konstan. 3). Harga barang terkait ; barang dan konsumsi bisa terkait dalam 2 bentuk, yakni sebagai barang substitusi (pengganti) atau sebagai barang komplementer (pelengkap). Untuk barang substitusi, kenaikan harga barang tertentu akan mendorong kenaikan permintaan barang substitusi (dengan asumsi harga substitusi konstan). Misalnya, pasta gigi Pepsodent dan Colgate. Bila harga pepsodent naik, dengan asumsi harga Colgate tetap, maka permintaan akan pasta gigi Colgate akan naik. Penurunan harga Pepsodent akan menurunkan permintaan untuk pasta gigi Colgate (dengan asumsi harga Colgate tetap). Untuk barang komplementer (pelengkap), barang ini dibutuhkan sebagai pelengkap barang tertentu. Misalnya, mobil dan kaca spion. Kenaikan harga mobil akan menurunkan permintaan kaca spion melalui penurunan permintaan mobil (dengan asumsi harga kaca spion konstan). 4). Perkiraan harga barang tersebut dimasa mendatang ; harapan para konsumen juga mempengaruhi permintaan barang, terutama harapan akan gerakan harga dimasa yang akan datang. Misalnya, konsumen menganggap harga barang akan naik bulan depan, akibatnya permintaan akan naik pada periode ini (sebelum harga naik, beli dulu sebanyak mungkin). Sebaliknya, bila harga diharapkan turun dimasa mendatang, maka permintaan akan turun saat ini (lebih baik belinya nanti saja dan dananya dipakai untuk beli barang lain yang lebih berharga). 5). Selera ; selera mempengaruhi jumlah barang yang diminta konsumen (dengan asumsi

⁷ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta : Rajawali Pers,2011), h.291

faktor lain konstan). Karena sulit dihitung dengan angka, kadang-kadang dianggap konstan, tetapi untuk perusahaan bisa dipakai sebagai alat analisis permintaan.⁸

2. Pendapatan

Menurut Skousen dan Stice, “pendapatan adalah arus masuk atau penyelesaian (atau kombinasi keduanya) dari pengiriman atau produksi barang, memberikan jasa atau melakukan aktivitas lain.”⁹

Menurut Nafarin “pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam suatu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.”¹⁰

Selain itu juga ada yang mendefinisikan “pendapatan yaitu nilai pendapatan total faktor produksi (tanah, tenaga kerja dan modal) dari produksi barang dan jasa dalam perekonomian selama tahun berjalan.”¹¹

Menurut Gustiyana pendapatan dapat dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan usaha tani dan pendapatan rumah tangga. Pendapatan merupakan pengurangan dari penerimaan dengan biaya total. Pendapatan rumah tangga yaitu pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha tani ditambah dengan pendapatan yang berasal dari kegiatan diluar usahatani. Pendapatan usaha tani adalah selisih antara pendapatan kotor (*output*) dan biaya produksi (*input*) yang dihitung dalam per bulan, per tahun, per musim tanam. Pendapatan luar usaha tani adalah pendapatan yang diperoleh sebagai akibat melakukan kegiatan diluar usaha tani seperti berdagang, mengojek, dan lain-lain mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal .

3. Penawaran

Penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu. Perusahaan baru bersedia menawarkan sejumlah barang pada suatu tingkat harga tertentu, dimana pada tingkat harga itu perusahaan tidak menderita rugi. Kalau pun merugi, kerugian itu tidak terlalu besar sehingga kegiatan produksi tetap berjalan. Dengan kata lain perusahaan bersedia menawarkan barang dalam jumlah tertentu pada tingkat tertentu.

⁸ Yoopi Abimanyu, *Ekonomi Manajerial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h.12.

⁹ Frederic S. Mishkin, *Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 26

¹⁰ Frederic S. Mishkin, *Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 26

¹¹ Yoopi Abimanyu, *Ekonomi Manajerial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h.18

Secara umum, tujuan perusahaan adalah memperoleh laba sehingga perusahaan lebih menyukai tingkat harga pasar yang lebih tinggi. Artinya semakin tinggi harga pasar semakin banyak jumlah yang ditawarkan, atau sebaliknya, semakin rendah harga pasar, semakin sedikit jumlah yang ditawarkan.

Yang dimaksud harga pasar adalah harga yang berlaku dipasar dan perusahaan tidak dapat merubahnya. Dalam hal ini perusahaan berada pada posisi sebagai penerima harga (*price taker*).

Hukum Penawaran yaitu “semakin tinggi harga maka semakin banyak jumlah yang ditawarkan atau semakin rendah harga maka semakin sedikit yang ditawarkan, (*Ceteris paribus*)”. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran :¹² a) Harga Jual Barang Tersebut ; makin tinggi harga jual, makin banyak barang yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena hal berikut : `1). Makin tinggi harga, makin tinggi profit yang tersedia bagi perusahaan yang memproduksi dan menjual barang tersebut. Hal ini akan mendorong perusahaan untuk memproduksi dan menjual lebih banyak. 2) Kenaikan harga dan profit akan menarik perusahaan-perusahaan baru untuk masuk ke pasar tersebut sehingga supply barang akan meningkat. b) Tingkat teknologi ; selain harga, faktor lain yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi supply barang dan jasa dipasar adalah tingkat teknologi. Makin tinggi teknologi, makin rendah biaya produksi perusahaan (dengan asumsi perusahaan lebih capital intensive relatif terhadap tenaga kerja), sehingga makin tinggi *supply* barang pada harga tertentu. c) Harga input ; perubahan harga input yang dipakai dalam proses produksi juga berpengaruh terhadap supply barang pada harga tertentu. Kenaikan harga input akan meningkatkan biaya produksi. Pada harga jual yang tetap, hal ini akan menurunkan supply barang. Sebaliknya, penurunan harga input akan menurunkan biaya produksi dan menaikkan supply barang.

¹² Yoopi Abimanyu, *Ekonomi Manajeril*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h.18

H. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan akan diuraikan secara garis besar isi dari setiap bab, agar dapat memberikan sedikit gambaran mengenai isi skripsi ini :

BAB I : dalam bab ini berisi latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika penulisan.

BAB II : dalam bab ini akan menjelaskan tentang kajian teoritis yang memuat paparan teori yang akan dibahas dalam penelitian, hubungan antara variabel dan hipotesa.

BAB III : dalam bab ini metode penelitian yang mencakup waktu dan tempat penelitian, populasi sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : dalam bab ini membahas hasil penelitian dengan menggunakan SPSS versi 16.0

BAB V : bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran yang dapat penulis ajukan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan.