

SKRIPSI

**PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH LEMBAGA
PEMBIAYAAN KENDARAAN DI PT KB FINANSIA MULTI
FINANCE KOTA PAREPARE**



OLEH

**NUR HASLINDA
NIM: 2020203860202045**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH LEMBAGA
PEMBIAYAAN KENDARAAN DI PT KB FINANSIA MULTI
FINANCE KOTA PAREPARE**



OLEH

**NUR HASLINDA
NIM: 2020203860202045**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga
Pembiayaan Kendaraan di PT KB Finansia Multi
Finance Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Haslinda

NIM : 2020203860202045

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-3304/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (.....)

NIP : 19700627 200501 1 005

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdulkhan Muhammadun, M.Ag.

NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Preferensi Masyarakat Dalam Memilih
Lembaga Pembiayaan Kendaraan di PT KB
Finansia Multi Finance Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Haslinda

NIM : 2020203860202045

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-3304/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (Ketua) (.....)

Dr. Damirah, SE., MM. (Anggota) (.....)

Ismayanti, M.M. (Anggota) (.....)

Mengetahui :

Dekan,

Ekonomi dan Bisnis Islam



Muhammadun, M.Ag. 2001122002

KATA PENGANTAR

سُبْحَانَ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibunda tercinta (Rasnah Ramli) dan Ayahanda (M. Basri), serta saudara(i) ku yang senantiasa memberi semangat, dukungan, dan doa-doanya sehingga peneliti berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan bimbingan yang diberikan oleh Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. selaku pembimbing utama Atas bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berusaha menjadikan IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih

baik dan maju.

2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Umaina, S.Sy., M.E.I sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
4. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan memberikan ilmu pengetahuannya selama proses perkuliahan di IAIN Parepare
5. Bapak Ibu Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan informasi terkait akademik
6. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian baik karyawan PT KB Finansia Multi Finance dan Masyarakat Kota Parepare
7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Alfareza Ramadhan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada penulis. Telah menjadi rumah dan pendamping dalam segala hal. Yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
8. Kepada Ainun Mardiah dan Muhlizatun Jahariah selaku sepupu penulis. Terima kasih telah memberi dukungan dan motivasi, serta siap meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Salwa Syahrani Dahlan, Putri Rifdah, Sarmila Alimuddin, Mentari

Margaret Tukan dan Marda. Terima kasih atas kebersamaan, motivasi, dan masukan berharga yang kalian berikan selama proses penulisan skripsi ini, semoga ikatan persahabatan kita terus terjalin.

10. Silvana Maharani dan Wulan Pratiwi selaku sahabat penulis yang telah banyak membantu dan menemani setiap proses penulisan skripsi ini. Terima kasih karena sudah menjadi tempat keluh kesah penulis selama ini, semoga persahabatan kita terus terjalin sampai jannah-Nya.

11. Semua teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah, PPL, KKN Reguler 34 Posko 32 Desa Rossoan Kabupaten Enrekang Tahun 2023 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan yang diberikan kepada penulis.

12. *Last but not least*, diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah dan melalui masa-masa hancur kemarin dengan sangat baik dan dapat mengendalikan diri dari tekanan yang sangat menguras energi. *And yes, you got through this very well.*

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Akhir kata sebagai penutup, penulis mengucapkan banyak banyak terima kasih semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Parepare, 5 Januari 2025
5Rajab 1446H

Penulis



NUR HASLINDA
NIM:2020203860202045
vii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nur Haslinda
NIM : 2020203860202045
Tempat/Tgl. Lahir : Sangatta, 05 Oktober 2002
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan
Kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare

Menyatakan dengan sungguh sungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 5 Januari 2025
5 Rajab 1446H

Penulis



NUR HASLINDA

NIM:2020203860202045

ABSTRAK

Nur Haslinda. *Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare*. (dibimbing oleh Bapak H. Mukhtar Yunus).

Perkembangan globalisasi ekonomi mendorong munculnya berbagai lembaga pembiayaan non-bank di Indonesia, termasuk untuk pembiayaan kendaraan bermotor. Di Kota Parepare, masyarakat cenderung memilih lembaga pembiayaan dibanding bank karena kemudahan proses, syarat yang fleksibel, dan layanan variatif. Salah satu lembaga yang populer adalah PT KB Finansia Multi Finance (Kreditplus), yang menawarkan pembiayaan kendaraan dan elektronik. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi masyarakat Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan, khususnya PT KB Finansia Multi Finance, serta faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka.

Metode penelitian ini kualitatif deskriptif, menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan karyawan PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat didasarkan pada kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas pembayaran, suku bunga kompetitif, transparansi biaya, serta layanan pelanggan yang responsif. Faktor sosial, seperti rekomendasi dari kerabat dan ulasan positif, serta faktor psikologis, seperti reputasi baik dan pengawasan OJK, memperkuat rasa aman dan kepercayaan masyarakat. Legalitas, keamanan data, inovasi layanan digital, dan transparansi informasi juga meningkatkan kenyamanan konsumen.

Kata Kunci : *Preferensi Masyarakat, Lembaga Pembiayaan Kendaraan*

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiv
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB IITINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teori	15
1. Preferensi	15
2. Konsep Pembiayaan	19
3. Kesesuaian	26

4. Kriteria	26
C. Kerangka Konseptual.....	28
D. Kerangka Pikir	30
BAB IIIMETODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
C. Fokus Penelitian.....	33
D. Jenis dan Sumber data.....	33
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan data.....	35
F. Uji Keabsahan Data	37
G. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
BAB VPENUTUP	81
A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN	V
BIODATA PENULIS	XXIV

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Kerangka Pikir	31

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	VI
2	Surat Keterangan Wawancara	XI
3	Surat Izin Meneliti dari IAIN Parepare	XVIII
4	Surat Izin dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	XIX
6	Surat Selesai Meneliti	XXI
7	Dokumentasi	XXII
8	Biodata Penulis	XXIV

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang pada sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin:

Huruf	Nama	HurufLatin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	Tedanha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadhanha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	Dedanha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdanye
ص	Shad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda ().

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan ya	Ai	Adani
اَوْ	Fathah dan wau	Au	Adanu

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat Dan Huruf	Nama	Huruf Dan Tanda	Nama
ـَـا	Fathah dan alif atau Ya	Ā	A dan garis di atas
ـِـي	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُـو	Dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

d. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfa*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah(Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـَ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbanaa
نَجَّيْنَا	: najjainaa
الْحَقَّ	: al-haqq
نُعم	: nu“ima
عَدُوُّ	: ‘aduwwun

Jika huruf ى bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf Kasrah (يَ, -), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)
عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

f. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-),

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilaadu*

g. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

h. **Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut catatan literasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fīzilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lābi khusus al-sabab

i. **Lafzal-Jalala (لَفْزُ الْجَلَالَةِ)**

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

j. **Huruf Kapital**

Memang meskipun sistem penulisan bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, namun dalam transliterasi ini huruf-huruf tersebut juga digunakan berdasarkan kaidah ejaan bahasa Indonesia (EYD) yang bersangkutan. Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menyusun huruf utama suatu gelar yang sah (orang, tempat, bulan) dan huruf utama di awal kalimat. Apabila judul yang sesuai didahului oleh editorial (al-), maka huruf awal judul yang tepat ditulis dengan huruf kapital, bukan huruf awal artikel. Apabila terdapat pada awal kalimat, maka huruf A pada artikel tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ilustrasi:

Wamā Muhammadun illā rasūl

Innaawwalabaitinwudi ‘alinnāsilalladhībiBakkatamubārakan

Syahru Ramadan al-ladhīunzilafihal-Qur’an

Nasiral-Dinal-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi : Ibnu Rusyd, Abū al- Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi : Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan : Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

k. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah

swt.	=	<i>subḥānahūwata ‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihiwa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihial- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	SebelumMasehi
QS.../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/...,ayat4
HR	=	HadisRiwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

	صفحة
	مكتوبون
و	ن
	صلى الله
هـ	عليه وسلم
	طبعة
	بدوننا
ن	شر
	إلى آخر
لخ	ها/إلى آخره

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed.: Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dankawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No.: Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Awalnya, masyarakat hanya mengenal bank sebagai lembaga keuangan utama untuk melakukan semua transaksi keuangan. Namun, seiring dengan perkembangan globalisasi ekonomi, yang turut mempengaruhi perekonomian Indonesia, terutama dalam industri keuangan dan perbankan, interaksi sistem keuangan antarnegara menjadi tidak terhindarkan. Hal ini memicu munculnya berbagai bentuk lembaga keuangan lainnya dalam bidang keuangan dan perbankan.

Lembaga pembiayaan menjadi sarana penting untuk mendukung kegiatan ekonomi, khususnya dalam menggerakkan dan menyalurkan sumber pembiayaan secara efektif. Selanjutnya, muncul perusahaan pembiayaan kredit dengan metode *leasing*, yang memberikan cicilan bagi konsumen yang ingin memiliki barang secara langsung. Bisnis perkreditan berkembang pesat terutama pada tahun 1990-an, menciptakan persaingan di antara lembaga pembiayaan untuk menarik konsumen. Pengelola lembaga pembiayaan harus mampu memenuhi berbagai kebutuhan konsumen, dari kendaraan biasa hingga yang mewah, sesuai dengan usia, status ekonomi, dan gaya hidup mereka. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat atau konsumen dalam memilih lembaga pembiayaan.

Lembaga pembiayaan perlu memiliki informasi rinci tentang bagaimana konsumen memutuskan pembelian. Pengelola perusahaan harus memahami mengapa satu perusahaan lebih diminati dibanding yang lain, sebagai bagian dari konsumen. Konsumen memilih perusahaan yang sesuai dengan keinginan mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami perilaku pembelian

konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka.¹ Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan industri otomotif di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini berdampak langsung pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kendaraan, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis. Seiring dengan meningkatnya permintaan tersebut, industri pembiayaan kendaraan juga mengalami perkembangan yang pesat. Lembaga pembiayaan kendaraan kini menjadi salah satu alternatif utama bagi masyarakat untuk memiliki kendaraan impian tanpa harus membayar secara tunai. Di era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat, kebutuhan akan kendaraan semakin meningkat, termasuk di kalangan masyarakat di Kota Parepare.

Parepare sebagai wilayah dengan mayoritas penduduk yang tergolong dalam kategori ekonomi menengah ke bawah, maka masyarakat di Kota Parepare menghadapi tantangan dalam memperoleh kendaraan secara tunai. Oleh karena itu, lembaga pembiayaan kendaraan menjadi solusi yang signifikan untuk memenuhi kebutuhan ini. Pemilihan lembaga pembiayaan kendaraan oleh masyarakat di Kota Parepare didasarkan pada berbagai preferensi yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan psikologis.

Lembaga pembiayaan memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian dengan menggerakkan sumber-sumber pembiayaan dan menyalurkannya secara efektif. Di kota Parepare, yang kini berkembang menjadi kota metropolitan, lembaga pembiayaan semakin dibutuhkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pendanaan, baik untuk usaha maupun kebutuhan pribadi seperti kredit rumah dan kendaraan. Masyarakat di Kota Parepare juga merasakan peningkatan aktivitas ekonomi yang membutuhkan pembiayaan spesifik. Bank juga bisa menjadi tempat peminjaman dana bagi masyarakat. Pinjaman bank adalah fasilitas keuangan yang diberikan oleh bank kepada individu, bisnis, atau

¹ Kasnaeny, "Analisis Perilaku dan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan untuk Kredit Konsumtif", *PAMJou: Patria Artha Manajemen Journal*, 1. 2 (2017)

lembaga yang membutuhkan dana untuk tujuan tertentu. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Pihak peminjam saat mengambil pinjaman, akan menerima sejumlah uang dari bank dan berkomitmen untuk mengembalikannya beserta bunga dalam jangka waktu yang telah disepakati. Melakukan pinjaman di bank secara umum aman selama dilakukan dengan bijak dan sesuai prosedur. Bank adalah lembaga keuangan yang diawasi dan diatur oleh pemerintah, serta memiliki standar yang ketat untuk melindungi konsumen dan menjaga stabilitas keuangan. Meskipun pinjaman di bank cenderung aman dan menawarkan berbagai keuntungan, ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh masyarakat saat ingin mengajukan pinjaman atau selama proses pembayaran seperti, persyaratan yang ketat, proses verifikasi yang panjang, suku bunga yang tinggi, dan pembayaran angsuran yang berat atau tinggi. Hal inilah yang dipertimbangkan masyarakat sehingga ada yang lebih memilih menggunakan lembaga pembiayaan diluar Bank meskipun tidak seaman jika melakukan pinjaman di Bank. Sama seperti bank dan lembaga resmi lainnya, mekanisme mengenai perusahaan pembiayaan telah diketahui negara dan sudah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK.012/2006 Tentang Perusahaan Pembiayaan.³ Salah satu contoh Perusahaan Pembiayaan yaitu Perusahaan Pembiayaan Kendaraan Bermotor. Salah satu perusahaan pembiayaan yang sering dipakai oleh masyarakat di Kota Parepare yaitu PT KB Finansia Multi Finance.

PT KB Finansia Multi Finance yang merupakan salah satu lembaga pembiayaan di Indonesia merupakan perusahaan pembiayaan yang didirikan pada

²Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, edisi keenam, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 396

³ Menteri Keuangan Republik Indonesia, "Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK/012/2006 Tentang Perusahaan Pembiayaan Menteri Keuangan", 2006 (Jakarta).

tanggal 9 Juni 1994 dan memiliki izin usaha dari Menteri Keuangan berdasarkan surat No.460/KMK.017/1994 tanggal 14 September 1994⁴. Dalam memasarkan produk dan layanannya di masyarakat, Perusahaan menggunakan brand “Kreditplus”. Mengawali kegiatan usahanya, Perusahaan memperkenalkan ke masyarakat produk pembiayaan kendaraan bermotor dan alat berat. Kemudian setelah melalui masa krisis ekonomi tahun 2018 yang melanda Indonesia, Perusahaan terus melakukan pengembangan terhadap produk pembiayaannya, sehingga produk yang dibiayai bertambah menjadi kendaraan bermotor (Motor dan Mobil), Elektronik, serta Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Bank yang diawasi secara ketat oleh pemerintah, memberikan perlindungan konsumen yang kuat, serta menerapkan sistem yang transparan dan terukur, namun masyarakat masih cenderung menggunakan lembaga pembiayaan selain Bank, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan.

Uraian latar belakang di atas memberikan gambaran kepada peneliti sehingga peneliti tertarik untuk mendalami topik lebih lanjut, menggali lebih dalam mengenai Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan di Parepare dan juga untuk mengetahui faktor atau alasan utama masyarakat di Kota Parepare terkait preferensi dalam mengambil pembiayaan kendaraan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi lembaga pembiayaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengambil kebijakan dalam

⁴Kementerian Keuangan, “Pemberian Izin Usaha Lembaga Pembiayaan Kepada Pt. Finansia Multi Finance, 1994 (Jakarta).

merumuskan regulasi yang mendukung perkembangan industri pembiayaan kendaraan yang sehat dan berkelanjutan. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul penelitian “Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”

B. Rumusan Masalah

1. Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan?
2. Bagaimana kesesuaian lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dengan kriteria yang diharapkan masyarakat di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana kesesuaian lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dengan kriteria yang diharapkan masyarakat di Kota Parepare

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharap dapat memberi manfaat bagi:

1. Secara teoritis
 - a. Bagi IAIN Parepare
Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi IAIN Parepare dalam pengembangan kajian tentang perilaku konsumen, khususnya dalam konteks lembaga pembiayaan kendaraan, yang relevan dengan bidang ekonomi, manajemen keuangan, dan pemasaran di lingkungan akademik IAIN Parepare.

- b. Bagi Mahasiswa dan Mahasiswi

Penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa dan

mahasiswi dalam memahami preferensi masyarakat terhadap lembaga pembiayaan kendaraan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian tambahan dalam mata kuliah yang relevan, seperti Ekonomi Syariah, Manajemen Keuangan atau Pemasaran.

c. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan dan informasi kepada peneliti saat mereka mendokumentasikan, menganalisis, dan menangkap pertanyaan terkait penelitian. Dapat juga digunakan sebagai alat untuk membandingkan pendidikan yang diberikan di universitas dengan metode di lapangan.

2. Secara Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide dan saran kepada seluruh pembaca, baik masyarakat maupun pegawai/karyawan PT Kb Finansia Multi Finance Kota Parepare.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Terdapat beberapa penelitian terkait variabel yang sedang diteliti peneliti. Para peneliti memilih lima studi untuk dimasukkan dalam tinjauan mereka terhadap temuan yang relevan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu, Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan judul penelitian “Perilaku Konsumen Muslim Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Bermotor di Kota Palopo”,

Penelitian ini mengatakan bahwa, Konsumen membutuhkan sebuah kendaraan untuk mempermudah aktivitas atau pekerjaan mereka di luar rumah dan sepeda motor merupakan kendaraan paling umum digunakan. Namun untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan kendaraan, masyarakat memilih pembayaran dengan cara diangsur (*kredit*) karena lebih mempermudah pembayarannya dan tidak memberatkan. Layanan pembayaran kendaraan bermotor secara angsur (*kredit*) diterapkan oleh lembaga keuangan dengan berbagai teknik pemasaran seperti persaingan harga yang beragam, jasa/servis yang diberikan, garansi, kemudahan berkas dan lain-lain. Adanya berbagai kelebihan layanan dari masing-masing lembaga keuangan menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk pembiayaan kendaraan bermotor. perkembangan lembaga keuangan semakin pesat sehingga masyarakat juga memiliki kemudahan dalam memilih lembaga keuangan yang ingin digunakan. Namun dalam

hal ini lembaga keuangan terdapat dua bagian yaitu lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen muslim dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan bermotor di Kota Palopo. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami secara mendalam objek yang menjadi fokus penelitian. Informan yang digunakan dalam penelitian sebanyak 5 orang, yang terdiri 2 orang dari pegawai negeri sipil, 1 orang dari karyawan BUMN, 2 orang dari wirausaha. Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, di dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu bahwa perilaku konsumen muslim dalam memilih lembaga pembiayaan konvensional didominasi karena beberapa faktor. Faktor yang pertama yaitu disebabkan kurang pengetahuan tentang adanya pembiayaan syariah di Kota Palopo, faktor kedua yaitu dipengaruhi oleh suku bunga yang rendah sehingga tertarik untuk melakukan pembiayaan kendaraan bermotor di pembiayaan konvensional dan faktor ketiga yaitu dipengaruhi oleh proses pengurusan berkas mereka diberikan kemudahan dan cepat dalam pengurusan dan faktor keempat yaitu karena adanya koneksi sehingga menjadi alasan untuk memilih lembaga pembiayaan konvensional. Adapun alasan seorang konsumen dalam memilih lembaga pembiayaan syariah karena mengedepankan ketauhidannya, ingin terhindar dari riba dan lebih

memperhatikan prinsip-prinsip syariah dalam melakukan pembiayaan sehingga itu menjadi alasan memilih lembaga pembiayaan syariah.⁵

Penelitian ini memiliki kesamaan pada apa yang penulis teliti yaitu terdapat pada topik penelitian yang sama-sama membahas tentang lembaga pembiayaan kendaraan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya berfokus untuk mengetahui perilaku konsumen dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan konvensional dan lembaga pembiayaan kendaraan syariah, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan di PT KB Fnansia Multi Finance.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ku Akmal Helmutz Saddam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul penelitian “Preferensi Masyarakat Muslim Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Kasus di Kelurahan Petukangan Utara).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat Muslim yang berdomisili di Kelurahan Petukangan Utara dalam memilih pembiayaan konvensional pada transaksi pembiayaan kendaraan bermotor sehingga dapat memaparkan hasil kesimpulan dari data yang diperoleh di wilayah Kelurahan Petukangan Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat Muslim pengguna pembiayaan kendaraan bermotor yang berdomisili di Kelurahan Petukangan Utara. Peneliti

⁵Sri Rahayu, “Prilaku Konsumen Muslim Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Bermotor di Kota Palopo” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, 2023)

mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang validasinya menggunakan SPSS 25 dan dianalisis dengan metode *scoring* dan *tabulating* melalui Microsoft Excel 2007.

Hasil penelitian yang dilakukan Ku Akmal Helmutz Saddam menunjukkan bahwa preferensi masyarakat Muslim yang berdomisili di Kelurahan Petukangan Utara dalam memilih jenis pembiayaan kendaraan bermotor yang memiliki presentase paling besar adalah Kualitas Pelayanan sebesar 82%, Pemasaran sebesar 82%, Preferensi Masyarakat Muslim sebesar 78%, Kualitas Produk 76%, dan Agama 65%. Oleh karena itu Peneliti menyarankan agar Perusahaan Pembiayaan Syariah meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan pemasaran pada produknya. Selain itu Peneliti menyarankan Masyarakat Muslim terutama di Petukangan Utara untuk meningkatkan pengetahuan mengenai syariat Islam terhadap jenis pembiayaan agar dapat memilih pemakaian jenis pembiayaan dengan bijak sesuai dengan syariat Islam.⁶

Penelitian ini memiliki kesamaan pada apa yang penulis teliti yaitu membahas tentang preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dimana penelitian yang dilakukan oleh Ku Akmal Helmutz Saddam terletak di Kelurahan Petukangan Utara sedangkan lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak di Kota Parepare.

⁶Ku Akmal Helmutz Saddam, “Preferensi Masyarakat Muslim Dalam Memilih Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Kasus di Kelurahan Petukangan Raya)” (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Hukum: Jakarta, 2020)

3. Penelitian yang dilakukan oleh Samsam, Institut Agama Islam Negeri Kota Parepare dengan judul penelitian “Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Emas PT. Pegadaian Syariah Pada Cabang Pinrang (Konsep Masalahah)”.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Samsam menunjukkan bahwa sistem gadai emas di PT. Pegadaian Syariah cabang Pinrang yaitu produk pembiayaan memperoleh uang tunai dengan cepat yang diserahkan padanya oleh seseorang yang berhutang atau seseorang sebagai penguat dalam tangguhan utang.

Preferensi masyarakat terhadap produk gadai emas di PT. Pegadaian Syariah cabang Pinrang yaitu mekanisme penyaluran pinjaman pada pelaksanaan sistem gadai syariah mempunyai prinsip bahwa masyarakat hanya dibebani oleh biaya administrasi dan jasa simpanan harta benda sebagai barang jaminan. Penerapan konsep masalahah tentang preferensi masyarakat terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Pinrang terdapat 3 unsur masalahah yang sudah sesuai dengan konsep masalahahnya yaitu halal, bermanfaat dan membawa kebaikan.⁷

Penelitian ini memiliki kesamaan pada apa yang penulis teliti yaitu terdapat pada topik penelitian yang keduanya sama-sama meneliti tentang

⁷ Samsam, “Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Pinrang (Konsep Masalahah)” (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ilmu Hukum Islam: Parepare, 2019)

preferensi masyarakat, Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian, dimana Samsam memfokuskan penelitiannya mengenai menitikberatkan pada preferensi masyarakat terhadap produk gadai emas PT. Pegadaian Syariah pada Cabang Pinrang dengan konsep masalah, sementara fokus peneliti adalah preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni, Universitas Islam Negeri Mataram dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Studi Kasus : BSI KCP Praya”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor -faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Preferensi konsumen juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggambarkan hasil penelitian yang di lapangan. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik data yang digunakan yaitu klasifikasi data, data, dan deskripsi data. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi dan penilaian teman sejawat.

Hasil menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen; *Pertama* faktor kebudayaan yang merupakan faktor penentu

paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang; *Kedua* faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan; *Ketiga* faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan; *Keempat* faktor psikologis yaitu motivasi yang ada pada setiap diri seseorang dalam menentukan suatu pilihan terhadap produk yang ingin digunakan. Persepsi termasuk salah satu sub faktor psikologis yang merupakan unsur mempengaruhi perilaku konsumen.⁸

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni dengan yang diteliti oleh penulis adalah topik penelitian yang sama-sama meneliti tentang preferensi masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan fokus penelitian, dimana penelitian dari Sri Wahyuni objek dan fokusnya yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah, sedangkan objek dan fokus peneliti yaitu preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti Nasrum dengan judul penelitian “Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah di Belopa Kabupaten Luwu (Studi Komparatif)”.

Penelitian ini menggambarkan tentang Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dibanding Bank Syariah di Belopa

⁸Sri Wahyuni, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus BSI KCP Praya)” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Mataram, 2022)

Kabupaten Luwu, di mana Rumusan Masalah penelitian ini, yaitu Bagaimana Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dibanding Memilih Bank Syariah di Belopa Kabupaten Luwu. Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Jumlah Informan dalam penelitian ini adalah 40 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Preferensi Masyarakat Belopa Kabupaten Luwu cenderung di bank konvensional dari pada bank syariah, hal tersebut disebabkan karena Masyarakat Belopa Kabupaten Luwu lebih mengenal bank konvensional dibanding bank syariah. Sehingga Masyarakat Belopa terbiasa dan sangat memahami sistem keuangan ataupun transaksi di bank konvensional. Disamping itu bank konvensional sangat menarik perhatian masyarakat, hal tersebut bisa terjadi karena dipengaruhi oleh aspek sosial, ekonomi, budaya, dan psikologi masyarakat Belopa terhadap layanan perbankan.⁹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti Nasrum dengan yang diteliti penulis adalah membahas tentang preferensi masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana objek penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti Nasrum yaitu preferensi masyarakat dalam memilih bank konvensional dan bank syariah, sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan di Kota

⁹Rismayanti Nasrum, "Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah di Belopa Kabupaten Luwu (Studi Komparatif)" (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Palopo, 2019)

Parepare. Kemudian perbedaannya juga terletak di lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti Nasrum yaitu Belopa Kabupaten Luwu sedangkan lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu di Kota Parepare.

B. Tinjauan Teori

1. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Preferensi adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain; prioritas piluhan kecendrungan; kesukaan. Sedangkan menurut istilah preferensi ialah menunjukan kesukaan dari berbagai pilihan yang ada.¹⁰ Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuat keputusan seorang individu. Dan komponen-komponen tersebut adalah *perception* (Persepsi), *attitude* (sikap), *value* (nilai), *preference* (Kecenderungan), dan *satisfaction* (kepuasan). Komponen tersebut saling memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Setiap individu memiliki preferensi dalam menentukan berbagai pilihan untuk kebutuhannya. Preferensi merupakan sesuatu yang dimiliki oleh manusia sehingga dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan mereka. Pilihan inilah yang menjadi sebagai alat untuk menjadikan seseorang mempunyai kecenderungan dan kesukaan.

Menurut Simamora, preferensi adalah pilihan atau minat seseorang untuk menyatakan suka atau tidak terhadap suatu produk.¹¹ Preferensi menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan

¹⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2006)

¹¹H. Simamora. *Panduan Prilaku Konsumen* (Jakarta : PT. Gramedia, 2013).

bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas.¹² Sedangkan menurut Kotler preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) terhadap sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi¹³. Setiap individu memiliki preferensi dalam menentukan berbagai pilihan untuk kebutuhannya, Simamora mengungkapkan bahwa preferensi dapat dibentuk melalui pola pikir konsumen (individu) yang didasari oleh dua hal, yaitu pengalaman yang diperolehnya dan kepercayaan turun temurun.

Preferensi merupakan pilihan seseorang terhadap suatu objek, terhadap kepuasan seseorang untuk memberikan perhatian kepada seseorang dalam mengambil keputusan. Setiap individu memiliki preferensi dalam menentukan berbagai pilihan untuk kebutuhannya, didalam preferensi didasari oleh dua hal yaitu pengalaman dan kepercayaan turun temurun dan preferensi juga dapat diartikan minat atau kesukaan jadi preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka motivasi memilih setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Preferensi menurut Hendri Ma'ruf diartikan sebagai rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan dengan yang lain.¹⁴

Preferensi yang berarti minat atau kesukaan, kata arti atau pengganti. Jadi, preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat

¹² Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004).

¹³ P. Kotler. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, (Jakarta : Prenhalindo, 2000).

¹⁴ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006

halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa preferensi merupakan kecenderungan seseorang dalam menyukai sehingga memilih suatu barang maupun jasa sesuai kemampuannya dalam membeli dengan maksud mendapatkan nilai kepuasan dari barang maupun jasa tersebut.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat

Menurut Nugroho J. Setiadi, preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh empat faktor yaitu :¹⁵

A. Faktor-faktor kebutuhan

- 1) Kebudayaan, kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seseorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.
- 2) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya, subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.
- 3) Kelas sosial, kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.

¹⁵Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M. , Perilaku Konsumen, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, (2010)

B. Faktor-faktor sosial

- 1) Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya *kelompok primer*, yang dengan adanya intraksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. *Kelompok sekunder*, yang cenderung lebih resmi dan yang mana intraksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang dinilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.¹⁶
- 2) Peran dan Status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok, posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

C. Faktor pribadi

- 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis.
- 2) Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata, terhadap produk dan jasa tertentu.
- 3) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang.
- 4) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

¹⁶Dr. Nugroho J.Setiadi, S.E., M.M. ,*Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, (2010)

D. Faktor-faktor psikologis

1) Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang artinya menggerakkan, proesstimbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak membeli suatu produk itulah yang disebut motivasi.

2) Kebutuhan

Setiap konsumen memiliki berbagai ragam kebutuhan yang antar individu yang berbeda-beda¹⁷.

3) Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas tindakan yang dilakukan, tujuan yang dipilih oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, kapasitas fisik, norma-norma, dan nilai-nilai budaya yang ada serta kemampuannya untuk mencapai tujuannya tersebut.

Uraian diatas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat ada empat yaitu faktor-faktor kebutuhan, faktor-faktor sosial, faktor-faktor pribadi dan faktor-faktor psikologi. Dimana didalam setiap faktor tersebut mempunyai fungsi yang berbeda dalam setiap individu dapat menentukan pilihannya berdasarkan naluri mereka melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial lainnya.

2. Konsep Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Menurut M. Syafi'I Antonio, yang dimaksud dengan pembiayaan adalah salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi

¹⁷Dr. Nugroho J.Setiadi, S.E., M.M. ,*Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, (2010)

kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.¹⁸ Pengertian pembiayaan pada prinsip syariah di atur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. Sementara pada Undang-Undang Perbankan Syariah (UUPS) Nomor 21 Tahun 2008, dijelaskan bahwa pembiayaan merupakan penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa :

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
- 2) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bit tamlik*;
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istishna*”;
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang dan *qardh*;
- 5) Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multi jasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah (UUS) dan pihak lain yang mewajibkan pihak-pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *Ujrah*, tanpa imbalan atau bagi hasil.

Menurut Andi Hamzah dalam buku yang berjudul Hukum Lembaga Pembiayaan oleh Ahmad Muliadi, lembaga merupakan sebuah badan atau pranata yang bertujuan untuk melakukan penyelidikan keilmuan atau melakukan suatu usaha. Sementara pembiayaan yaitu penerimaan pembayaran yang perlu dikembalikan atau suatu pengeluaran yang nantinya akan diterima kembali pada tahun-tahun anggaran berikutnya. Sehingga dapat diartikan pengertian dari Lembaga Pembiayaan adalah suatu badan usaha atau lembaga pembiayaan bukan bank yang didirikan khusus untuk melakukan kegiatan usaha dalam membiayai orang atau perusahaan pihak lainnya.¹⁹

¹⁸Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, (2001)

¹⁹Ahmad Muliadi, *Hukum Lembaga Pembiayaan*, Jakarta: Akademia Permata, (2013)

Menurut Andri Soemitra, “Perusahaan Pembiayaan Konvensional adalah badan usaha di luar Bank dan badan usaha bukan bank yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan yang termasuk dalam bidang usaha lembaga pembiayaan.” Perusahaan pembiayaan merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal atau badan usaha yang khusus didirikan untuk melakukan sewa guna usaha, anjak piutang, pembiayaan konsumen, dan/atau usaha kartu kredit. Secara umum perusahaan pembiayaan berfungsi menyediakan produk yang berkualitas dan pelayanan yang profesional untuk menjamin kesetiaan pelanggan. Memanfaatkan sumber daya yang ada secara maksimal untuk memperoleh revenue yang dapat memberikan kontribusi bagi pemegang saham dan kesejahteraan karyawan.²⁰

Lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang dilakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat.²¹ Dari pengertian tersebut di atas terdapat beberapa unsur-unsur :

- a. Badan usaha, yaitu perusahaan pembiayaan yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan yang termasuk dalam bidang usaha lembaga pembiayaan.
- b. Kegiatan pembiayaan, yaitu melakukan kegiatan atau aktivitas dengan cara membiayai pada pihak-pihak atau sektor usaha yang membutuhkan.
- c. Penyediaan dana, yaitu perbuatan menyediakan dana untuk suatu keperluan.
- d. Barang modal, yaitu barang yang dipakai untuk menghasilkan sesuatu.
- e. Tidak menarik dana secara langsung.

²⁰Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Prenada Media, (2017)

²¹Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Edisi Kedua, Jakarta: (Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2001)

- f. Masyarakat, yaitu sejumlah orang yang hidup bersama di suatu tempat.²²

Menurut Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan, lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal.

b. Peranan Lembaga Pembiayaan

Lembaga pembiayaan mempunyai peranan yang penting, yaitu sebagai salah satu lembaga sumber pembiayaan alternatif yang potensial untuk menunjang pertumbuhan perekonomian nasional disamping peran tersebut di atas, lembaga pembiayaan juga mempunyai peran penting dalam hal pembangunan yaitu menampung dan menyalurkan aspirasi dan minat masyarakat, berperan aktif dalam pembangunan dimana lembaga pembiayaan ini diharapkan masyarakat atau pelaku usaha dapat mengatasi salah satu faktor yang umum dialami yaitu faktor permodalan.

c. Bidang Usaha Lembaga Pembiayaan

²²*Ibid*

1. Sewa Guna Usaha (*Leasing*)

Istilah lain dari Sewa Guna Usaha yaitu “*leasing*”, dimana leasing itu berasal dari kata *lease* (Inggris) yang berarti menyewakan. Kegiatan sewa guna usaha (*Leasing*) adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (*finance lease*) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*) untuk digunakan oleh *Lessee* selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara berkala. Sedangkan barang modal adalah setiap aktiva tetap berwujud, termasuk tanah sepanjang di atas tanah tersebut melekat aktiva tetap berupa bangunan (*plant*), dan tanah serta aktiva dimaksud merupakan satu kesatuan kepemilikan, yang mempunyai masa manfaat lebih dari 1 (satu) tahun dan digunakan secara langsung untuk menghasilkan atau meningkatkan, atau memperlancar produksi dan distribusi barang atau jasa oleh *Lessee*.

2. Modal Ventura

Menurut Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2009, Perusahaan Modal Ventura (*Venture Capital Company*) adalah badan usaha yang melakukan usaha pembiayaan/penyertaan modal ke dalam suatu Perusahaan yang menerima bantuan pembiayaan (*Investee Company*) sebagai pasangan usahanya untuk jangka waktu tertentu dalam bentuk penyertaan saham, penyertaan melalui pembelian obligasi konversi, dan/atau pembiayaan berdasarkan pembagian atas hasil usaha.²³ Investasi modal ventura ini biasanya memiliki suatu resiko yang tinggi, meskipun resiko yang dihadapi tinggi, pihak modal ventura mengharapkan suatu keuntungan yang tinggi pula dari penyertaan modalnya berupa *capital gain* atau *dividen*.

Kapitalis ventura atau dalam bahasa asing disebut (*venture capitalist*) adalah seorang investor yang berinvestasi pada perusahaan modal ventura dan

²³Presiden Republik Indonesia, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Lembaga Pembiayaan” dalam *Peppres 2009* (Jakarta)

perusahaan yang pembiayaannya dari modal ventura disebut Perusahaan Pasangan Usaha (PPU) atau (*investee company*). Dana ventura ini mengelola dana investasi dari pihak ketiga (*investor*) yang tujuan utamanya untuk melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki resiko tinggi sehingga tidak memenuhi persyaratan standar sebagai perusahaan terbuka ataupun guna memperoleh modal pinjaman dari perbankan. Investasi modal ventura ini dapat juga mencakup pemberian bantuan manajerial dan teknis. Dana ventura ini adalah berasal dari sekelompok investor yang mapan keuangannya, bank investasi, dan institusi keuangan lainnya yang melakukan pengumpulan dana ataupun kemitraan untuk tujuan investasi tersebut.

Penyertaan modal yang dilakukan oleh modal ventura ini kebanyakan dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan baru berdiri sehingga belum memiliki suatu riwayat *operasionil* yang dapat menjadi catatan guna memperoleh suatu pinjaman. Sebagai bentuk kewirausahaan, pemilik modal ventura biasanya memiliki hak suara sebagai penentu arah kebijakan perusahaan sesuai dengan jumlah saham yang dimilikinya.²⁴

3. Anjak Piutang

Anjak Piutang (*Factoring*) menurut Perpres No. 9 Tahun 2009 adalah anjak kegiatan pembiayaan dalam bentuk pembelian piutang dagang jangka pendek suatu Perusahaan berikut pengurusan atas piutang tersebut.²⁵ Menurut Kasmir anjak piutang atau yang lebih dikenal dengan *factoring* adalah perusahaan yang kegiatannya melakukan penagihan atau pembelian atau pengambilalihan atau

²⁴ Neni Sri Imaniyati, *Hukum Bisnis Telaah Tentang Pelaku dan Kegiatan Ekonomi*, Yogyakarta: Grafika Ilmu, (2009)

²⁵ Presiden Republik Indonesia, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Lembaga Pembiayaan” dalam *Perpres 2009*(Jakarta)

pengelolaan hutang piutang suatu perusahaan dengan imbalan atau pembayaran tertentu dari perusahaan (klien).²⁶

Kemudian pengertian anjak piutang menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 1251/KMK.013/1988 adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk pembelian dan atau pengalihan serta pengurusan piutang atau tagihan jangka pendek suatu perusahaan dari transaksi perdagangan dalam dan luar negeri.²⁷ Dari definisi tersebut, setidaknya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dalam kegiatan factoring ada tiga pihak yang terkait, yaitu:

- 1) Perusahaan Factoring (*factoring company*), atau disebut dengan factor sebagai suatu badan usaha yang melakukan kegiatan lembaga pembiayaan dengan bentuk pembelian dan/atau pengalihan serta pengurusan piutang atau tagihan jangka pendek perusahaan;
- 2) Perusahaan penjual piutang atau disebut klien (*client*), adalah perusahaan yang menjual atau mengalihkan piutang atau tagihannya kepada *factor*;
- 3) Nasabah (*customer*), sebagai pihak yang berutang (debitur) kepada klien, dan piutang tersebut oleh klien dijual atau dialihkan kepada factoring. Istilah klien (*client*) dan nasabah (*customer*) dalam mekanisme anjak piutang memiliki pengertian yang sangat berbeda. Lain halnya dengan bank yang memiliki nasabah atau *customer*, sedangkan perusahaan anjak piutang hanya memiliki

²⁶Kasmir. *Bank dan lembaga keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, (2012)

²⁷Menteri Keuangan Republik Indonesia, Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor : 1251/KMK.013/1988 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan” 1988 (Jakarta)

klien dalam hal ini supplier. Selanjutnya, klien yang memiliki nasabah atau *customer*.²⁸

3. Kesesuaian

a. Pengertian Kesesuaian

Kesesuaian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata se—su—ai yang berarti— pas (tentang ukuran), sepadan, selaras, atau sejalan (tentang buah pikiran).²⁹ Kesesuaian berarti perihal sesuai; keselarasan (tentang pendapat, paham dan sebagainya); serta kecocokan.

4. Kriteria

a. Pengertian Kriteria

Definisi kriteria menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut KBBI) adalah ukuran yang menjadi dasar penilaian atau penetapan sesuatu.³⁰ Kriteria berasal dari bahasa Inggris yaitu *criterion* yang berarti ukuran-ukuran yang dipakai untuk mempertimbangkan atau menentukan sesuatu. Makna kata ini bisa pula dipadukan dengan kata *critic*, pandangan atau ulasan mengenai sesuatu hal atau umumnya ditujukan untuk menunjukkan sesuatu yang salah atau tak boleh ada. Dengan demikian kriteria adalah ukuran-ukuran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan pilihan. Selain merupakan hal-hal yang seharusnya tidak ada atau tidak melekat pada sesuatu yang dipilih atau dihasilkan.

²⁸*Ibid*

²⁹Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

³⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed. IV, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012

b. Indikator Kriteria

1. Legalitas dan Keamanan

Masyarakat cenderung memilih lembaga yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Legalitas memberikan jaminan keamanan dalam transaksi finansial

2. Reputasi dan Kredibilitas

Reputasi yang baik, pengalaman panjang, dan aset besar menjadi indikator kredibilitas lembaga pembiayaan. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melayani nasabah dengan baik.

3. Suku Bunga dan Biaya

Suku bunga kompetitif menjadi daya tarik utama. Selain itu, masyarakat memperhatikan biaya tambahan seperti biaya administrasi, denda keterlambatan, atau asuransi.

4. Fleksibilitas dan Program Pembiayaan

Kemudahan dalam memilih tenor cicilan, besaran uang muka (DP), serta ketersediaan pembiayaan syariah untuk memenuhi kebutuhan spesifik konsumen.

5. Kemudahan Akses Layanan

Banyaknya jaringan kantor cabang dan kemudahan pembayaran angsuran, baik melalui aplikasi digital, ATM, atau minimarket, menjadi pertimbangan penting.

6. Transparansi Informasi

Kejelasan informasi terkait prosedur, biaya, dan persyaratan meminimalkan risiko masalah di kemudian hari.

7. Pelayanan Pelanggan

Layanan pelanggan yang responsif, baik dalam proses pengajuan maupun penyelesaian masalah, meningkatkan kepercayaan nasabah.

C. Kerangka Konseptual

Judul penelitian ini adalah *“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”*. Judul tersebut mengandung hal-hal pokok yang perlu dibatasi pengertiannya, hal ini bertujuan agar penelitian lebih fokus dan spesifik. Selain itu, tujuan dari tinjauan konseptual ini untuk mempermudah pemahaman isi penelitian, mencegah kesalahpahaman, dan menjelaskan makna judul untuk pembaca.

1. Preferensi

Preferensi adalah sesuatu yang didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan dan kesukaan.³¹ Preferensi merupakan suatu yang dimiliki oleh manusia sehingga dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan mereka. Pilihan ini yang menjadi sebagai alat untuk menjadikan seseorang mempunyai kecenderungan dan kesukaan.

2. Masyarakat

³¹Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, h. 1100.

Secara umum, masyarakat diartikan sebagai sekelompok individu atau orang yang hidup bersama. Masyarakat, yang dalam bahasa Inggris disebut "*society*" mencakup konsep interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Kata "*society*" berasal dari bahasa Latin "*socius*" yang berarti "kawan". Istilah "masyarakat" sendiri berasal dari bahasa Arab "*syaraka*" yang berarti "ikut serta" dan "berpartisipasi".³²

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, tradisi tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif. Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang karena tuntutan kebutuhan dan pengaruh keyakinan, pikiran, serta ambisi tertentu dipersatukan dalam kehidupan kolektif. Sistem dan hukum yang terdapat dalam suatu masyarakat mencerminkan perilaku-perilaku individu karena individu-individu tersebut terikat dengan hukum dan sistem tersebut.³³

3. Lembaga Pembiayaan

Lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan urusan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal. Dalam Peraturan Presiden RI Nomor 9 Tahun 2009 menjelaskan bahwa lembaga pembiayaan sebagai badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal.³⁴ Lembaga pembiayaan

³²Donny Prasetyo, Irwansyah, "Memahami Masyarakat dan Perspektifnya, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1.1 (2020)

³³Sulfan dan Mahmud, A. "Konsep Masyarakat Menurut Murtadha Muthahhari (Sebuah Kajian Filsafat Sosial)"(2018).

³⁴Presiden Republik Indonesia, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Lembaga Pembiayaan" dalam *Peppres2009* (Jakarta)

merupakan salah satu bentuk usaha yang mempunyai peran sangat penting dalam pembiayaan.

Lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang dilakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat.³⁵

4. Kesesuaian

Kesesuaian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata se—su—ai yang berarti— pas (tentang ukuran), sepadan, selaras, atau sejalan (tentang buah pikiran).³⁶. Kesesuaian berarti perihal sesuai; keselarasan (tentang pendapat, paham dan sebagainya); serta kecocokan.

5. Kriteria

Definisi kriteria menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut KBBI) adalah ukuran yang menjadi dasar penilaian atau penetapan sesuatu.³⁷

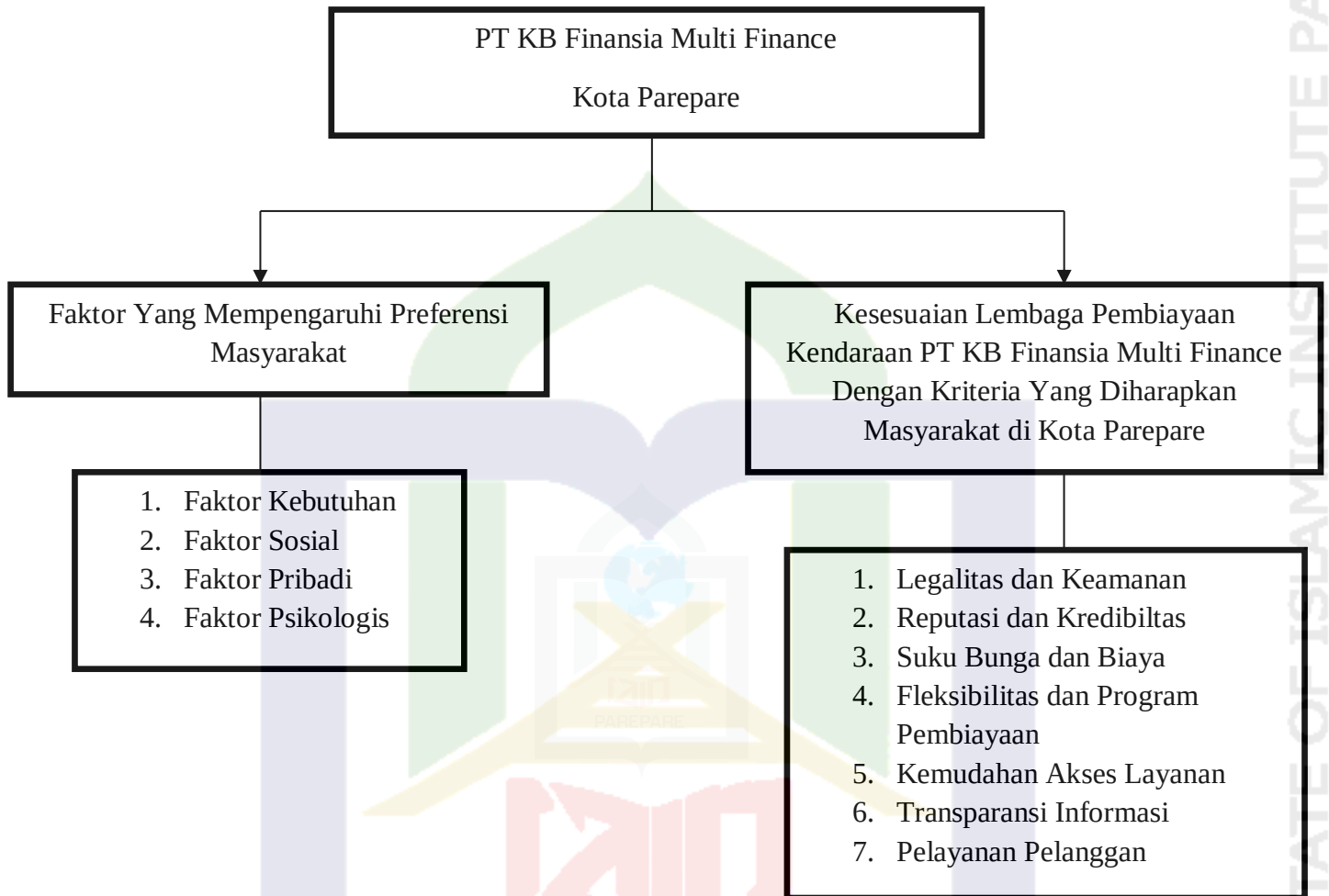
D. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengurai preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan dimana untuk preferensi masyarakat itu dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat tersebut yang terdiri dari faktor kebutuhan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

³⁵Men Wih Widiatno, Lembaga Pembiayaan (Kuliah Online Hukum Dagang, 2019), h. 1. (20 Agustus 2024)

³⁶Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

³⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed. IV, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012

Bagan Kerangka Pikir

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif.³⁸ Dalam data yang dikumpulkan peneliti, yang digunakan adalah kata-kata wawancara atau gambar, bukan angka. Hal ini tercipta dari paradigma penafsiran peneliti terhadap objek penelitian dan memberikan gambaran menyeluruh tentang apa yang terjadi di lapangan dalam kaitannya dengan permasalahan atau fenomena yang diteliti. Penelitian lapangan (*field research*) adalah studi tentang peristiwa yang benar-benar terjadi.³⁹ Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan dari fenomena yang terjadi di lapangan.

Fakta tersebut menerangkan bahwa penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menafsirkan isi penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi⁴⁰

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Jl. Bau Massepe, Kelurahan Ujung Sabbang, Kecamatan Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91100.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan peneliti di dalam penyusunan skripsi dari 13 Desember 2024 sampai 13 Januari 2025

³⁸https://id.m.wikipedia.org/wiki/Penelitian_Kualitatif

³⁹Aji Damanuri, "Metodologi Penelitian Muamalah", (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), h.6.

⁴⁰Mardalis. Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal, Cet.7 (Jakarta: Bumi Aksara, 2004),

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merujuk pada area kajian yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian. Fokus penelitian mengacu pada topik utama yang menjadi pertanyaan penelitian terkait landasan bagi seluruh kegiatan penelitian yang akan atau yang sedang dilakukan. Fokus penelitian memberikan arah serta batasan yang jelas dalam rangka memperoleh kesimpulan dan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, masalah serta topik tertentu dalam penelitian⁴¹. Fokus penelitian ini diarahkan untuk mengetahui upaya preferensi masyarakat di Kota Parepare terhadap lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance.

D. Jenis dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data adalah segala informasi yang terkandung dalam sumber data, yaitu segala informasi yang diperoleh dari responden atau berasal dari dokumen untuk keperluan statistik atau penelitian lainnya.⁴² Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Data primer merupakan informasi dari sumber yang telah dilihat dan ditulis pertama kali. Dan dari pihak-pihak yang penulis wawancarai diambil informasinya langsung dari subyek untuk mengetahui bagaimana preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan. yaitu akan mewawancarai 6 Masyarakat di Kota Parepare yang pernah menggunakan lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance. dan 1 orang Karyawan PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare.

⁴¹Salmaa, *Pengertian, Isi, Dan Contoh Fokus Penelitian*, (Deepublish.Com, 2022) (21 Agustus 2024).

⁴²Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam teori praktek*, (Jakarta, Rineka Cipta: 2006), h.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian kualitatif merujuk pada data yang telah ada sebelumnya dan terhimpun oleh individu atau lembaga. Jenis data ini dapat berupa teks, gambar, audio, atau data lainnya yang dapat digunakan sebagai sumber informasi dalam penelitian. Umumnya data sekunder dikumpulkan untuk tujuan lain, seperti penelitian sebelumnya, administrasi, atau pelaporan, dan kemudian dapat digunakan kembali atau di ulang dalam konteks penelitian kualitatif.⁴³

Pemahaman terhadap literatur atau referensi bacaan akan menjadi sarana untuk memperoleh sumber data sekunder dalam penelitian ini. Untuk memaksimalkan preferensi masyarakat di Kota Parepare mengenai lembaga pembiayaan kendaraan, maka sumber data sekunder penelitian ini akan diperoleh melalui pemahaman literatur atau sumber bacaan referensi, khususnya buku, skripsi, artikel jurnal, dan dokumen lain yang relevan dengan masalah penelitian. Sumber seperti buku, skripsi, artikel jurnal, dan makalah lain yang berkaitan dengan kajian permasalahan mengenai upaya memaksimalkan preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam kaitannya dengan pemilihan lembaga pembiayaan kendaraan.

⁴³(Rahmadi 2011)h.70

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan data

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah pengamatan sistematis yang berkenaan dengan perhatian terhadap fenomena yang dapat dilihat. Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.⁴⁴ Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Adapun jenis observasi pada penelitian ini yaitu observasi non-partisipan.

Observasi non partisipan adalah observasi yang menjadikan peneliti sebagai pengamat atau pengamat terhadap gejala atau kejadian yang diteliti. Dalam observasi jenis ini, peneliti melihat atau mendengar suatu situasi sosial tertentu tanpa berpartisipasi secara aktif. Tentang fenomena yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengunjungi dan mengamati subjek secara pribadi untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan di PT Kb Finansia Multi Finance Kota Parepare.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan sarana pengumpulan informasi melalui tanya jawab. Wawancara dilakukan secara langsung, tatap muka antara Pencari Informasi dan Sumber Informasi. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai orang-orang yang relevan. Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah tidak terstruktur (non-direktif). Dalam wawancara tidak terstruktur, tidak ada pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya, kecuali pada tahap awal, yaitu ketika peneliti memulai wawancara dengan pertanyaan umum tentang wilayah

⁴⁴Suharsimi Arikunto, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*, Cet. XIII, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 230

penelitian. Agenda atau daftar topic sangat membantu fokus selama percakapan⁴⁵

Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk memikirkan segala sesuatunya secara lebih terbuka dengan menanyakan pendapat dan ide orang yang diwawancarai. Ketika melakukan wawancara hendaknya peneliti mendengarkan lebih cermat apa yang disampaikan informan dan mencatatnya.⁴⁶

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitiannya. Informasi tersebut kemudian dikumpulkan ke dalam file data seperti rekaman audio, dokumen, foto dan data yang diperoleh langsung menjadi tanggung jawab peneliti ini. Teknik pengumpulan data dokumenter mengumpulkan informasi dalam bentuk informasi tertulis yang menggugah pikiran serta informasi dan deskripsi fenomena yang sedang berlangsung tergantung pada pertanyaan penelitian. Teknik dokumenter yang dibahas dalam penelitian ini mengambil foto-foto yang berkaitan dengan pelaksanaan masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance. Tujuan penelitian ini menggunakan metode dokumenter untuk memperoleh informasi tertulis mengenai masyarakat Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan serta PT KB Finansia Multi Finance.

⁴⁵ Christine Daymon dan Immy Holloway, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*, (Jakarta: Bentang Pustaka, 2007), h. 264.

⁴⁶ Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi", (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018), h. 38.

F. Uji Keabsahan Data

Uji kredibilitas mempunyai fungsi sebagai berikut: Pertama, penelitian dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat dicapai tingkat keyakinan terhadap hasilnya. Kedua, pembuktian keandalan hasil dengan membuktikan hasil fakta yang dipelajari oleh beberapa ilmuwan. Uji validitas data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji triangulasi data. Triangulasi adalah teknik validasi data yang menggunakan sesuatu selain data untuk memverifikasi atau membandingkan data.⁴⁷

Lalu ada uji kepastian. Uji kepastian merupakan suatu pengujian yang menentukan apakah pandangan, pendapat dan pengamatan beberapa orang bersifat obyektif atau tidak tergantung pada kesepakatan beberapa orang.⁴⁸ peneliti menguji keabsahan data dari berbagai sumber yaitu beberapa informan berbeda dalam hal ini masyarakat di Kota Parepare dan Karyawan PT KB Finansia Multi Fnance.

G. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi data berarti membuat ringkasan, memilih hal yang paling penting, memusatkan perhatian ke yang paling penting, mencari poin dan pola.⁴⁹ Fase reduksi data melibatkan ekstraksi dan transformasi data "mentah" yang ditemukan dalam catatan tertulis. "Data mentah" adalah data yang dikumpulkan tetapi tidak dibersihkan secara statistik.

Setelah menyelesaikan pengumpulan data, penulis menganalisis data wawancara dari berbagai sumber dan temuan dokumenter dalam bentuk catatan lapangan. Tujuannya untuk menghilangkan informasi yang tidak perlu

⁴⁷Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 330.

⁴⁸Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 324-326.

⁴⁹Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 122.

dan mengklasifikasikannya ke dalam item-item kunci pada inti masalah yang diselidiki. Proses reduksi data dilakukan oleh peneliti lapangan dengan wawancara terstruktur kepada informan. Hal ini penting dilakukan untuk membuang informasi yang tidak perlu untuk menjamin Prefrensi Masyarakat pada fokus terpenting permasalahan yang diteliti, yakni. mengetahui faktor atau alasan utama masyarakat di Kota Parepare dalam mengambil pembiayaan kendaraan.

2. Penyajian Data

Representasi data adalah kumpulan informasi terstruktur yang memberikan peluang untuk menarik kesimpulan. Langkah ini dicapai dengan menyajikan kumpulan data terstruktur yang memberikan peluang untuk memperolehnya.

Data yang disajikan dalam bentuk kalimat deskriptif yang mencatat secara harfiah seluruh fenomena yang dilakukan atau ditransmisikan, dan penelitian memberikan interpretasi atau evaluasi untuk menyempurnakan informasi yang disajikan.

3. Verifikasi Data

Verifikasi adalah langkah terakhir dalam mengolah data. Hal ini bertujuan untuk menemukan arti dari informasi yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan, yang mana kesimpulan dapat diambil dengan membandingkan penerapan pernyataan tersebut⁵⁰

Hasil awal yang disajikan masih bersifat sementara dan akan berubah seiring dengan dikumpulkannya bukti-bukti kuat untuk mendukung pengumpulan data tahap selanjutnya. Proses memperoleh bukti ini disebut verifikasi data. Jika kesimpulan yang diambil pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti cocok dengan kondisi yang diamati ketika peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang diambil dapat

⁵⁰Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, h. 124

diandalkan. Setelah mengkaji informasi tersebut, terlebih dahulu kita mempertimbangkan validitas sumber informasi, tingkat objektivitas dan hubungan antara informasi dari satu sumber untuk menarik kesimpulan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian

PT. KB Finansia Multi Finance (“Perusahaan”) merupakan perusahaan pembiayaan yang didirikan pada tanggal 9 juni 1994 dan memiliki izin usaha dari menteri Keuangan berdasarkan surat No.460/KMK.017/1994 tanggal 14 september 1994. Dalam memasarkan produk dan layanannya di masyarakat, perusahaan menggunakan brand “Kreditplus”.⁵¹ PT. KB Finansia Multi Finance dengan brandnya “KreditPlus” yang telah beroperasi sejak tahun 1994, hadir menjadi solusi pendanaan bagi masyarakat Indonesia. Sebagai perusahaan pembiayaan krditplus menyediakan berbagai fasilitas pembiayaan multiguna untuk produk-produk seperti elektronik, furniture dan lain-lain, selain itu kreditplus juga menyediakan fasilitas pembiayaan dengan agunan motor ataupun mobil. Tidak hanya itu, kreditplus juga mendukung pengembangan bisnis UMKM dengan merancang produk pembiayaan anjak piutang untuk badan usaha (invoice financing). Selain melalui skema invoice financing, kreditplus juga menyediakan fasilitas kredit modal kerja dengan agunan tanah atau bangunan.⁵²

Masyarakat dapat lebih memaksimalkan manfaat dari produk pembiayaan dikarenakan adanya pengembangan dari perusahaan, antara lain; pemenuhan kebutuhan kepemilikan kendaraan bermotor untuk transportasi, elektronik dan kebutuhan rumah tangga, sampai dengan membiayai modal usaha untuk aktivitas usaha, dan pembiayaan investasi, seperti; barang modal usaha, rehabilitasi, renovasi dan relokasi tempat usaha. Sebagai perusahaan yang memanfaatkan peranan teknologi dalam kegiatan usahanya, perusahaan juga mengembangkan

⁵¹Riwayat singkat, <https://www.kreditplus.com/company-history>, (29 Desember 2024).

⁵²Informasi-umum, <https://www.kreditplus.com>, (29 Desember 2024)

aplikasi pembiayaan dengan platform online yang dikenal sebagai “Kreditplus Mobile”, melalui integrasi terpadu dengan e-commerce channel di Indonesia, saat ini memungkinkan bagi masyarakat melakukan pengajuan pembiayaan kebutuhan konsumtif tanpa harus keluar rumah.

Segala kelebihan infrastruktur, produk dan layanan yang dimiliki perusahaan dan dukungan penuh dari KB Kookmin Card, membuat perusahaan bertekad menjadi perusahaan pembiayaan terbaik di Indonesia yang menyediakan produk dan layanan pembiayaan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat Indonesia, serta mendukung peningkatan perekonomian Indonesia. Sesuai dengan visinya untuk menjadi perusahaan pembiayaan penyedia solusi dan layanan pembiayaan berbasis teknologi terbaik di Indonesia, kreditplus mengembangkan layanan pembiayaan melalui platform online yang dikenal sebagai aplikasi KreditPlus Mobile mendapatkan sertifikat ISO 27001 dalam hal penerapan sistem manajemen keamanan informasi. Kreditplus dengan konsisten berusaha melakukan pengembangan layanan dan produk pembiayaannya demi memberikan solusi pembiayaan terbaik bagi masyarakat Indonesia. Adapun lokasi PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare terletak di Jl. BauMassepe, Kelurahan Ujung Sabbang, Kecamatan Ujung, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat di Kota Parepare Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan

a. Faktor-Faktor Kebutuhan

Faktor kebutuhan yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan bisa sangat beragam, tergantung pada situasi keuangan, aksesibilitas, dan pilihan pembiayaan yang tersedia. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Taswin dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Saya memilih PT KB Finansia Multi Finance karena proses pengajuan yang cepat dan mudah, serta tidak membutuhkan banyak dokumen.

Dibandingkan dengan Bank, mereka lebih fleksibel dan lebih cepat dalam memberikan keputusan, sehingga saya bisa segera mendapatkan kendaraan. Kemudian, saya melihat bunga yang ditawarkan lembaga lain, dan meskipun ada bank yang tawarkan bunga rendah, tapi biaya administrasi dan biaya lainnya tinggi. Jadi, total biaya pembiayaannya lebih mahal. Sementara di PT KB Finansia Multi Finance, semua biayanya jelas dan tidak ada biaya tersembunyi, jadi lebih transparan. Kemudian menurut saya, struktur pembayaran cicilan di PT KB Finansia Multi Finance sangat sesuai dengan kemampuan saya. Mereka menawarkan berbagai pilihan jangka waktu cicilan, jadi saya bisa pilih yang cicilannya tidak memberatkan. Bunga juga masih wajar, dan saya merasa bisa bayar dengan nyaman tanpa ada tekanan. Semua rincian cicilan dan bunga sudah jelas dari awal, jadi tidak ada kejutan-kejutan yang bikin bingung.”⁵³

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada faktor-faktor kebutuhan, keputusan masyarakat dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan didasarkan pada beberapa faktor utama, seperti kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas pembayaran, bunga yang kompetitif, dan transparansi biaya. Masyarakat merasa bahwa pembiayaan melalui PT KB Finansia Multi Finance adalah pilihan yang lebih menguntungkan dibandingkan membeli kendaraan secara tunai atau melalui bank. Layanan pelanggan yang baik dan berbagai metode pembayaran yang fleksibel membuat masyarakat merasa lebih nyaman dalam mengelola cicilan kendaraan.

⁵³Taswin, Wiraswasta di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 15 Desember 2024)

b. Faktor-Faktor Sosial

Faktor Sosial yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan antara lain berkaitan dengan pengaruh lingkungan sosial, nilai-nilai budaya, serta kebiasaan masyarakat setempat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Rasnah Ramli dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Saya pertama kali mendengar tentang PT KB Finansia Multi Finance melalui rekomendasi rekan kerja saya yang sudah pernah menggunakan layanan mereka. Rekan kerja saya berbagi pengalaman positif tentang kemudahan proses pengajuan pembiayaan dan fleksibilitas cicilan yang mereka tawarkan. Pendapat masyarakat umum juga memengaruhi kepercayaan saya terhadap lembaga pembiayaan ini. Sebelum memutuskan, saya mencari tahu lebih lanjut tentang pengalaman orang lain yang sudah menggunakan layanan PT KB Finansia Multi Finance. Dari apa yang saya dengar, kebanyakan orang merasa puas dengan layanan yang diberikan, terutama dalam hal transparansi biaya dan kemudahan proses. Saya juga melihat dari berapa banyak masyarakat yang sudah menggunakan layanan PT KB Finansia Multi Finance untuk membeli kendaraan dan saya melihat bahwa adanya peningkatan penggunaan lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance. Pendapat positif ini semakin meyakinkan saya bahwa PT KB Finansia Multi Finance adalah pilihan yang tepat.”⁵⁴

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa dalam faktor-faktor sosial, informasi yang masyarakat dapatkan melalui teman dan kerabat serta ulasan dari masyarakat umum sangat berperan dalam membentuk kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pembiayaan kendaraan. pengalaman positif orang-orang di sekitar membuat masyarakat merasa lebih percaya diri untuk memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan.

⁵⁴Rasnah Ramli, Guru TK di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2024)

c. Faktor-Faktor Pribadi

Faktor-faktor pribadi yang memengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan cenderung terkait dengan kebutuhan individu, kondisi keuangan pribadi, dan pengalaman pribadi mereka. Sebagaimana yang diungkapkan oleh St. Khalija dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

”Saya pernah menggunakan layanan pembiayaan kendaraan dari PT KB Finansia Multi Finance. Pengalaman saya selama proses pembiayaan cukup positif. Proses pengajuan yang mudah dan cepat, serta layanan pelanggan yang responsif, membuat saya merasa nyaman dalam mengambil keputusan untuk menggunakan lembaga ini. Selain itu, ketentuan cicilan yang fleksibel dan bunga yang cukup rendah juga menjadi alasan saya memilih PT KB Finansia Multi Finance. Penawaran promosi, seperti uang muka rendah atau potongan cicilan, tentu menarik perhatian saya. Waktu itu, mereka menawarkan uang muka yang lebih ringan daripada lembaga pembiayaan lain yang saya pertimbangkan, dan itu sangat membantu karena saya tidak perlu mengeluarkan dana besar di awal. Selain itu, potongan cicilan yang ditawarkan juga membuat saya merasa lebih mudah dalam merencanakan pembayaran bulanan, sesuai dengan kemampuan saya.”⁵⁵

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada faktor-faktor pribadi, pengalaman positif masyarakat dengan PT KB Finansia Multi Finance sangat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan. Proses yang mudah, layanan pelanggan yang responsif, dan ketentuan cicilan yang fleksibel membuat masyarakat merasa nyaman dan yakin dalam menggunakan layanan mereka. Selain itu, penawaran promosi seperti uang muka rendah dan potongan cicilan juga sangat membantu, memberikan kemudahan dalam perencanaan keuangan masyarakat. Berdasarkan pengalaman ini, masyarakat merasa PT KB Finansia Multi

⁵⁵St. Khalija, Pedagang di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 17 Desember 2024)

Finance adalah pilihan yang tepat dan akan mempertimbangkan untuk menggunakan layanan mereka lagi di masa depan.

d. Faktor-Faktor Psikologis

Faktor-faktor psikologis yang memengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan lebih terkait dengan bagaimana perasaan, keyakinan, dan nilai-nilai pribadi seseorang dalam membuat keputusan keuangan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Muhammad Alfareza Ramadhan dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Sebelum memilih PT KB Finansia Multi Finance, saya mendengar banyak ulasan positif dari teman dan media sosial, terutama terkait kemudahan pengajuan dan fleksibilitas cicilan. Iklan mereka tentang bunga rendah dan uang muka terjangkau juga menarik perhatian saya. Saya merasa aman karena reputasi mereka baik, diawasi oleh OJK, dan banyak pengguna tanpa masalah berarti. Mereka transparan dalam memberikan informasi mengenai syarat, bunga, dan biaya lainnya. Penjelasan mereka jelas, termasuk rincian bunga, biaya administrasi, dan pilihan jangka waktu cicilan. Layanan pelanggan juga responsif terhadap pertanyaan. Secara keseluruhan, saya lebih percaya pada mereka dibanding lembaga lain karena transparansi dan pengalaman yang lancar selama proses pembiayaan.”⁵⁶

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada faktor-faktor psikologis, PT KB Finansia Multi Finance merupakan lembaga pembiayaan yang dipercaya karena reputasi baik, transparansi informasi, dan pengawasan oleh OJK. Kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas cicilan, serta layanan pelanggan yang responsif memberikan rasa aman dan nyaman. Dibandingkan dengan lembaga lain, mereka unggul dalam transparansi dan

⁵⁶Muhammad Alfareza Ramadhan, Mahasiswa IAIN Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 18 Desember 2024)

pengalaman yang lancar, sehingga menjadi pilihan yang layak dipertimbangkan.

3. Kesesuaian Lembaga Pembiayaan Kendaraan PT KB Finansia Multi Finance Dengan Kriteria Yang Diharapkan Masyarakat di Kota Parepare

Sesuai pada teori yang telah diuraikan peneliti pada Tinjauan Teori bahwa indikator Kriteria 1). Legalitas dan Keamanan, 2). Reputasi dan Kredibilitas, 3). Suku Bunga dan Biaya, 4) Fleksibilitas dan Program Pembiayaan, 5) Kemudahan Akses Layanan, 6) Transparansi Informasi, dan 7) Pelayanan Pelanggan. Berikut peneliti jabarkan hasil penelitian dan mencocokkannya sesuai teori yang dipakai, sebagai berikut :

1. Legalitas dan Keamanan

Legalitas dan keamanan menjadi faktor utama bagi masyarakat Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Dengan pengawasan OJK, lembaga ini memberikan jaminan operasional yang sesuai regulasi, sehingga masyarakat merasa aman. Transparansi dalam menjelaskan bunga, biaya, dan tenor cicilan juga menambah kepercayaan konsumen. Kemudahan akses pembayaran melalui kantor cabang atau aplikasi digital, serta pengalaman positif pengguna lain, semakin memperkuat preferensi masyarakat. Secara keseluruhan, legalitas dan keamanan PT KB Finansia Multi Finance memberikan rasa tenang dan keyakinan dalam proses pembiayaan kendaraan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Sri Neneng dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Sebelum memilih PT KB Finansia Multi Finance, saya memastikan terlebih dahulu bahwa mereka terdaftar dan diawasi oleh OJK. Bagi saya, ini hal yang sangat penting untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan saat menggunakan layanan mereka. Saya tidak ingin mengambil risiko dengan lembaga yang tidak memiliki izin resmi. Setelah mengecek

informasi tersebut, saya merasa lebih yakin untuk melanjutkan proses pembiayaan kendaraan saya dengan mereka.”⁵⁷

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh salah satu karyawan PT KB Finansia Multi Finance ketika dilakukan wawancara. Beliau mengatakan :

“Sebagai karyawan PT KB Finansia Multi Finance, saya melihat perusahaan sangat serius dalam menjaga legalitas dan keamanan operasional. Kami mematuhi regulasi OJK dengan memastikan izin usaha selalu diperbarui dan menjalani audit rutin untuk memastikan kepatuhan. Di sisi keamanan, perusahaan menerapkan perlindungan data ketat, termasuk enkripsi dan autentikasi ganda, serta kebijakan privasi yang sesuai dengan aturan perlindungan data pribadi. Kami juga menyediakan saluran pengaduan yang responsif untuk menangani keluhan konsumen dengan cepat. Semua ini menunjukkan bahwa PT KB Finansia Multi Finance bertanggung jawab secara hukum dan peduli terhadap kenyamanan serta keamanan konsumen.”⁵⁸

Kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara diatas bahwa pada indikator Legalitas dan Keamanan, PT KB Finansia Multi Finance memberikan prioritas tinggi pada legalitas dan keamanan untuk menjamin kenyamanan serta kepercayaan konsumen. Dengan terdaftar dan diawasi oleh OJK, perusahaan mematuhi seluruh regulasi yang berlaku dan rutin memperbarui izin usaha. Mereka juga memastikan operasional berjalan sesuai standar melalui sistem pelaporan dan audit berkala. Dari sisi keamanan, PT KB Finansia Multi Finance menerapkan perlindungan data yang ketat, termasuk enkripsi dan autentikasi ganda, serta kebijakan privasi yang sesuai aturan perlindungan data pribadi. Perusahaan juga menyediakan edukasi kepada konsumen tentang keamanan informasi.

⁵⁷Sri Neneng, Pengusaha di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 19 Desember 2024)

⁵⁸Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

PT KB Finansia Multi Finance juga memiliki saluran pengaduan yang responsif, menangani setiap keluhan dengan cepat dan profesional, yang semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat. Komitmen ini menunjukkan bahwa PT KB Finansia Multi Finance tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnis tetapi juga bertanggung jawab secara hukum serta peduli terhadap kenyamanan dan keamanan masyarakat. Dengan memastikan bahwa PT KB Finansia Multi Finance terdaftar dan diawasi oleh OJK adalah langkah penting yang memberikan rasa aman dan kepercayaan. Hal ini menjadi salah satu faktor utama yang mendukung keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan pembiayaan kendaraan dari lembaga tersebut.

2. Reputasi dan Kredibilitas

Reputasi dan kredibilitas PT KB Finansia Multi Finance menjadi faktor utama masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan. Reputasi baik didukung oleh ulasan positif pengguna, pengalaman orang terdekat, serta pengawasan OJK yang menjamin layanan sesuai regulasi. Transparansi informasi dan kemudahan akses melalui kantor cabang atau saluran digital semakin memperkuat kepercayaan masyarakat. Hal ini menjadikan PT KB Finansia Multi Finance pilihan terpercaya untuk kebutuhan pembiayaan kendaraan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Rasnah Ramli dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Faktor utama yang saya perhatikan dalam menilai reputasi PT KB Finansia Multi Finance adalah pengalaman pengguna lain, transparansi informasi yang diberikan, serta pengawasan oleh OJK. Saya cenderung mencari tahu bagaimana orang lain menilai layanan mereka, apakah ada keluhan atau pujian tentang proses pengajuan, cicilan, dan layanan pelanggan. Selain itu, saya sangat memperhatikan apakah mereka memberikan informasi yang jelas tentang bunga, biaya, dan syarat-syarat lainnya. Saya juga merasa lebih percaya jika lembaga tersebut terdaftar

dan diawasi oleh OJK, karena itu menunjukkan bahwa mereka beroperasi secara sah.”⁵⁹

Karyawan PT KB Finansia Multi Finance juga memberikan pernyataan terkait reputasi dan kredibilitas ketika dilakukan wawancara. Beliau mengatakan :

“Saya melihat perusahaan PT KB Finansia Multi Finance memiliki strategi yang kuat untuk membangun reputasi dan kredibilitas di sektor pembiayaan kendaraan. Fokus perusahaan ini adalah memberikan layanan transparan, suku bunga kompetitif, proses persetujuan cepat, dan kemudahan pembayaran. Selain itu, PT KB Finansia Multi Finance memperkuat citra positif melalui program CSR yang berdampak nyata bagi masyarakat di Kota Parepare. Perusahaan juga berinvestasi dalam teknologi dan memberikan pelatihan rutin untuk meningkatkan kualitas layanan. Dengan komunikasi terbuka dan kepatuhan pada peraturan OJK, PT KB Finansia Multi Finance tetap menjadi pilihan terpercaya dalam industri pembiayaan kendaraan..”⁶⁰

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada indikator Reputasi dan Kredibilitas, PT KB Finansia Multi Finance membangun dan mempertahankan reputasi baik dengan mengutamakan transparansi, kenyamanan layanan, serta inovasi yang sesuai kebutuhan masyarakat. Perusahaan memperkuat kredibilitasnya melalui investasi dalam teknologi, pelatihan karyawan, dan komunikasi terbuka dengan pemangku kepentingan, sambil tetap mematuhi regulasi OJK. Komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan juga memperkuat citra sebagai lembaga yang peduli dan berintegritas tinggi di tengah persaingan yang semakin ketat di industri pembiayaan kendaraan. Reputasi PT KB Finansia Multi Finance sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna sebelumnya, transparansi dalam

⁵⁹Rasnah Ramli, Guru TK di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2024)

⁶⁰Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

komunikasi, dan status legalitas mereka yang diawasi oleh OJK. Hal-hal ini memberikan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat dalam memilih mereka sebagai lembaga pembiayaan kendaraan.

3. Suku Bunga dan Biaya

Suku bunga dan biaya merupakan faktor penting yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan. Masyarakat cenderung memilih lembaga yang menawarkan suku bunga yang kompetitif dan biaya yang transparan. PT KB Finansia Multi Finance menarik perhatian karena menawarkan suku bunga yang lebih rendah dibandingkan lembaga lain, yang memungkinkan cicilan menjadi lebih terjangkau. Selain itu, transparansi dalam biaya administrasi dan biaya lainnya juga menjadi pertimbangan utama. Masyarakat lebih cenderung memilih lembaga yang memberikan penjelasan jelas mengenai biaya yang akan dikenakan, sehingga mereka tidak merasa terbebani dengan biaya tersembunyi. Keterbukaan ini memberi rasa aman dan kepercayaan bahwa lembaga tersebut tidak akan mengejutkan konsumen dengan biaya yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal.

Secara keseluruhan, suku bunga yang rendah dan biaya yang transparan menjadi daya tarik utama bagi masyarakat dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance, karena kedua faktor tersebut membantu mereka dalam mengelola pembiayaan kendaraan dengan lebih mudah dan tanpa beban tambahan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Muhammad Alfareza Ramadhan dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Saya menilai bunga di PT KB Finansia Multi Finance cukup rendah dan terjangkau, membuat cicilan lebih mudah dikelola. Biaya tambahan juga transparan, seperti administrasi dan denda, memengaruhi keputusan saya.

Sebelum mengajukan, mereka sudah menjelaskan semua biaya dengan jelas, jadi tidak ada kejutan biaya di kemudian hari.”⁶¹

Karyawan PT KB Finansia Multi Finance juga memberikan pernyataan terkait suku bunga dan biaya ketika dilakukan wawancara, Beliau mengatakan :

“Sebagai karyawan PT KB Finansia Multi Finance, saya memahami bahwa kebijakan suku bunga pembiayaan kendaraan ditentukan berdasarkan suku bunga acuan Bank Indonesia, kondisi pasar, dan risiko kredit pelanggan. Kebijakan ini bertujuan memberikan suku bunga yang kompetitif, sesuai kemampuan bayar konsumen, contohnya kendaraan baru dengan suku bunga dimulai dari 2,5% per tahun dan kendaraan bekas dengan suku bunga dimulai dari 6% per tahun, serta tetap mematuhi aturan OJK. PT KB Finansia Multi Finance juga memiliki program untuk meringankan beban konsumen, seperti pengurangan biaya administrasi atau denda selama promosi, khususnya bagi pelanggan dengan riwayat pembayaran baik. Dalam situasi sulit, seperti pandemi, perusahaan menawarkan restrukturisasi kredit, seperti penyesuaian jadwal pembayaran atau pengurangan denda. Dengan kebijakan fleksibel dan program ini, PT KB Finansia Multi Finance berkomitmen mendukung konsumen agar dapat memanfaatkan pembiayaan secara bertanggung jawab dan sesuai kemampuan finansial mereka.”⁶²

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada indikator Suku Bunga dan Biaya, PT KB Finansia Multi Finance menentukan suku bunga pembiayaan kendaraan dengan mempertimbangkan suku bunga acuan, kondisi pasar, dan risiko kredit, sehingga tetap kompetitif dan sesuai kemampuan konsumen. Untuk meringankan beban konsumen, perusahaan menawarkan program pengurangan biaya administrasi dan denda melalui promosi atau restrukturisasi kredit dalam situasi tertentu. Kebijakan yang fleksibel ini mencerminkan komitmen PT KB Finansia Multi Finance dalam

⁶¹Muhammad Afareza Ramadhan, Mahasiswa IAIN Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 18 Desember 2024)

⁶²Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan memberikan solusi pembiayaan yang bertanggung jawab dan mendukung kesejahteraan finansial mereka. Suku bunga yang rendah dan transparansi biaya tambahan seperti biaya administrasi dan denda membuat masyarakat di Kota Parepare merasa yakin dan percaya dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance untuk pembiayaan kendaraan. Kejelasan informasi ini sangat membantu dalam mengambil keputusan dan memberikan rasa aman selama proses pembiayaan.

4. Fleksibilitas dan Program Pembiayaan

Fleksibilitas dan program pembiayaan menjadi faktor utama dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Mereka menawarkan pilihan tenor cicilan yang dapat disesuaikan dengan kemampuan keuangan konsumen, serta program pembiayaan seperti uang muka rendah dan cicilan ringan. Penawaran program promo dan bunga yang kompetitif semakin menarik bagi masyarakat yang ingin memiliki kendaraan dengan cara yang lebih terjangkau. Secara keseluruhan, fleksibilitas tenor dan program pembiayaan yang sesuai kebutuhan membuat PT KB Finansia Multi Finance menjadi pilihan yang menarik dan memudahkan masyarakat dalam mendapatkan kendaraan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Taswin dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Fleksibilitas tenor atau jangka waktu cicilan menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Karena setiap orang memiliki kondisi keuangan yang berbeda-beda, kemampuan untuk memilih jangka waktu cicilan yang sesuai sangat membantu. Di PT KB Finansia Multi Finance, saya bisa memilih jangka waktu yang lebih panjang atau pendek sesuai dengan kemampuan bayar saya setiap bulan. Hal ini membuat saya merasa lebih nyaman dan tidak terbebani dengan cicilan yang terlalu besar, terutama ketika ada kebutuhan tak terduga.”⁶³

⁶³Taswin, Wiraswasta di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 15 Desember 2024)

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh salah satu karyawan PT KB Finansia Multi Finance ketika dilakukan wawancara. Beliau mengatakan :

“Sebagai karyawan PT KB Finansia Multi Finance, saya dapat mengatakan bahwa PT KB Finansia Multi Finance menyediakan berbagai fleksibilitas dalam program pembiayaan kendaraan. Pelanggan dapat memilih tenor cicilan mulai dari 6 bulan hingga 36 bulan, sehingga masyarakat dapat menyesuaikan angsuran dengan kemampuan finansial mereka. Kami juga menawarkan uang muka atau DP yang ringan tergantung dari jenis pembiayaan kendaraannya, contoh kendaraan mobil baru minimal DP nya 20% sampai 25% dari harga kendaraan, kendaraan motor baru minimal DP nya 10% sampai 15% dari harga kendaraan. Adapun program pembiayaan kendaraan yang kami miliki yaitu kendaraan baru dengan plafon hingga 90% dari harga kendaraan, tenor hingga 36 bulan dan kendaraan bekas dengan plafon hingga 80% dari harga kendaraan, serta tenor hingga 24 bulan. Selain itu, kami menyediakan proses pengajuan yang cepat dan persyaratan yang mudah, agar pelanggan bisa segera memiliki kendaraan impian mereka.”⁶⁴

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa dalam indikator Fleksibilitas dan Program Pembiayaan, PT KB Finansia Multi Finance menawarkan program pembiayaan dengan fleksibilitas tenor cicilan dan uang muka (DP) rendah untuk memudahkan konsumen dalam memiliki kendaraan. Fleksibilitas tenor cicilan memungkinkan masyarakat memilih jangka waktu yang sesuai dengan kemampuan keuangan mereka, sementara opsi DP rendah membantu meringankan beban awal pembelian. Program-program ini dirancang untuk memberikan kemudahan akses pembiayaan yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sambil tetap mematuhi

⁶⁴Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

regulasi yang berlaku. Fleksibilitas tenor cicilan menjadi faktor penting bagi masyarakat dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Kemampuan untuk menyesuaikan tenor dengan kondisi keuangan membuat masyarakat di Kota Parepare merasa lebih nyaman dan tidak terbebani. Hal ini menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan tersebut.

5. Kemudahan Akses Layanan

Kemudahan akses layanan menjadi salah satu faktor penting dalam preferensi masyarakat memilih PT KB Finansia Multi Finance. Masyarakat cenderung memilih lembaga yang menyediakan berbagai saluran untuk mengakses layanan mereka, baik melalui kantor cabang, aplikasi digital, maupun layanan pelanggan online. PT KB Finansia Multi Finance menawarkan kenyamanan ini dengan memiliki banyak cabang yang mudah dijangkau, serta aplikasi yang memungkinkan proses pengajuan dan pelacakan pembayaran dilakukan secara online. Hal ini sangat memudahkan konsumen, terutama bagi mereka yang tidak memiliki banyak waktu untuk mengunjungi kantor secara langsung. Sebagaimana yang diungkapkan oleh St. Khalija dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Jumlah kantor cabang dan kemudahan metode pembayaran sangat mempengaruhi pilihan saya. PT KB Finansia Multi Finance memiliki banyak cabang yang mudah dijangkau dan berbagai cara pembayaran seperti transfer bank atau aplikasi digital, yang membuat saya lebih nyaman dan praktis dalam mengelola cicilan.”⁶⁵

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh salah satu karyawan PT KB Finansia Multi Finance ketika dilakukan wawancara. Beliau mengatakan :

⁶⁵St. Khalija, Pedagang di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 17 Desember 2024)

“PT KB Finansia Multi Finance mempermudah akses konsumen dengan menyediakan kantor cabang di berbagai wilayah untuk konsultasi, pengajuan pembiayaan, atau pembayaran langsung. Selain itu, PT KB Finansia Multi Finance juga memiliki aplikasi digital yang memungkinkan konsumen mengajukan pembiayaan, memeriksa status, dan membayar cicilan kapan saja. Aplikasi ini mudah digunakan dan dilengkapi fitur seperti notifikasi pengingat dan simulasi angsuran. Kami juga menyediakan berbagai opsi pembayaran yang fleksibel, seperti transfer bank, pembayaran di gerai retail, dan sistem otomatis lewat aplikasi. Dengan kantor cabang, aplikasi digital, dan metode pembayaran fleksibel, PT KB Finansia Multi Finance mempermudah konsumen dalam setiap tahap pembiayaan kendaraan.”⁶⁶

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada indikator Kemudahan Akses Layanan, PT KB Finansia Multi Finance mempermudah akses bagi masyarakat melalui berbagai saluran, termasuk kantor cabang yang tersebar di berbagai wilayah, aplikasi digital yang memungkinkan pengajuan pembiayaan dan pembayaran secara praktis, serta berbagai metode pembayaran yang fleksibel. Dengan ini, perusahaan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi bagi masyarakat dalam mengakses layanan pembiayaan kendaraan dan memenuhi kewajiban cicilan mereka. Kemudahan akses kantor cabang dan fleksibilitas metode pembayaran sangat mempengaruhi keputusan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance, karena memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam mengelola cicilan kendaraan.

6. Transparansi Informasi

Transparansi informasi adalah faktor penting dalam preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan, dan PT KB Finansia Multi Finance sangat memperhatikan hal ini. Masyarakat cenderung memilih lembaga yang memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang

⁶⁶Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

semua aspek pembiayaan, seperti syarat pengajuan, suku bunga, biaya administrasi, denda keterlambatan, dan tenor cicilan. PT KB Finansia Multi Finance memastikan semua ketentuan tersebut dijelaskan secara rinci sejak awal, sehingga konsumen tidak merasa terkejut dengan biaya atau syarat yang tidak dijelaskan sebelumnya. Kejelasan informasi ini membantu masyarakat merasa lebih aman dan percaya dalam membuat keputusan pembiayaan, karena mereka tahu apa yang akan dihadapi selama proses. Selain itu, layanan pelanggan yang siap menjawab pertanyaan atau memberikan penjelasan lebih lanjut juga berperan dalam menciptakan transparansi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Sri Neneng dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Menurut saya, transparansi tentang prosedur dan biaya sangat penting. Saya ingin tahu dengan jelas tentang bunga, biaya administrasi, dan biaya lainnya. PT KB Finansia Multi Finance memberikan informasi yang jelas sejak awal, jadi saya merasa lebih percaya dan nyaman. Saya juga tidak pernah mengalami masalah terkait kurangnya informasi dari mereka, karena layanan pelanggan selalu siap menjelaskan jika ada yang kurang jelas.”⁶⁷

Karyawan PT KB Finansia Multi Finance juga memberikan pernyataan terkait transparansi informasi ketika dilakukan wawancara. Beliau mengatakan :

“Kami memastikan konsumen mendapatkan informasi yang jelas mengenai prosedur, biaya, dan syarat pembiayaan melalui brosur, materi informasi, dan penjelasan langsung dari staf kami. Jika ada ketidakjelasan, konsumen dapat menghubungi layanan pelanggan atau datang langsung ke cabang untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut. Kami selalu siap memberikan klarifikasi agar konsumen merasa yakin dan memahami seluruh proses pembiayaan dengan baik.”⁶⁸

⁶⁷Sri Neneng, Pengusaha di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 19 Desember 2024)

⁶⁸Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

Kesimpulan yang dapat ditarik dari wawancara diatas bahwa pada indikator Transparansi Informasi, PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare memastikan konsumen mendapatkan informasi yang jelas tentang prosedur, biaya, dan syarat pembiayaan melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk materi informasi dan penjelasan langsung. Jika ada ketidakjelasan, perusahaan siap memberikan klarifikasi melalui layanan pelanggan atau kunjungan ke cabang, memastikan konsumen memahami seluruh proses dengan baik. Transparansi sangat berpengaruh dalam keputusan masyarakat memilih lembaga pembiayaan kendaraan. PT KB Finansia Multi Finance telah memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai prosedur, suku bunga, biaya administrasi, serta biaya lainnya sejak awal. Hal ini membuat masyarakat merasa lebih percaya dan yakin dalam melangkah ke tahap pengajuan pembiayaan. Masyarakat merasa aman karena tidak ada biaya tersembunyi dan semuanya dijelaskan dengan terbuka. Selain itu, jika ada hal yang kurang jelas, layanan pelanggan siap membantu dan memberikan penjelasan lebih lanjut. Dengan demikian, transparansi yang diberikan oleh PT KB Finansia Multi Finance memberi rasa nyaman dan kepercayaan yang tinggi, sehingga masyarakat merasa yakin dalam memilih mereka sebagai lembaga pembiayaan kendaraan.

7. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan, dan PT KB Finansia Multi Finance menempatkan hal ini sebagai prioritas. Masyarakat cenderung memilih lembaga pembiayaan yang memberikan layanan pelanggan yang responsif, ramah, dan siap membantu dalam setiap tahap pengajuan maupun selama masa cicilan. PT KB Finansia Multi Finance memiliki tim layanan pelanggan yang terlatih untuk memberikan

penjelasan yang jelas dan cepat atas pertanyaan atau masalah yang mungkin timbul. Baik itu saat proses pengajuan pembiayaan, pemilihan tenor cicilan, atau saat pembayaran cicilan, staf mereka selalu siap memberikan solusi yang tepat dan mengarahkan konsumen dengan sabar. Hal ini meningkatkan kenyamanan dan rasa percaya konsumen, karena mereka merasa didukung sepenuhnya dalam setiap langkah.

Selain itu, layanan pelanggan di PT KB Finansia Multi Finance juga dapat diakses melalui berbagai saluran komunikasi, seperti telepon, email, dan media sosial, sehingga konsumen dapat memilih cara yang paling mudah dan nyaman untuk berinteraksi. Dengan demikian, pelayanan pelanggan yang baik berperan penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih lembaga pembiayaan kendaraan ini. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Rahayu dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Saya merasa staf PT KB Finansia Multi Finance sangat ramah dan profesional. Setiap kali berinteraksi dengan mereka, baik di kantor cabang atau melalui saluran lain, mereka selalu siap membantu dan memberikan penjelasan yang jelas. Pengalaman saya menghubungi layanan pelanggan terkait masalah teknis, seperti keterlambatan pembayaran atau perubahan data, juga sangat memuaskan. Mereka cepat merespons dan memberi solusi yang memudahkan saya, seperti menjelaskan proses penyelesaian keterlambatan dengan opsi yang fleksibel. Dari pengalaman tersebut, saya sangat puas dengan layanan pelanggan PT KB Finansia Multi Finance dan pasti akan merekomendasikannya kepada orang lain.”⁶⁹

Karyawan PT KB Finansia Multi Finance juga memberikan pernyataan terkait pelayanan pelanggan ketika dilakukan wawancara. Beliau mengatakan :

“Perusahaan memastikan kualitas layanan pelanggan melalui pelayanan langsung di cabang dan saluran komunikasi digital. Kami menyediakan staf terlatih yang siap membantu konsumen dengan ramah dan profesional. Selain itu, kami juga memiliki aplikasi dan saluran online

⁶⁹Rahayu, Ibu Rumah Tangga di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

yang memudahkan konsumen untuk berinteraksi dengan staf kami, yang selalu siap memberikan respons cepat. Dengan pelatihan rutin untuk karyawan, perusahaan berkomitmen memberikan layanan yang memuaskan dan berkualitas tinggi.”⁷⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam indikator Pelayanan Pelanggan, PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare memastikan kualitas layanan pelanggan dengan mengutamakan pelayanan langsung melalui cabang dan saluran komunikasi digital. Staf yang terlatih dan responsif, serta penggunaan aplikasi digital yang memudahkan interaksi, menjadi bagian dari komitmen perusahaan untuk memberikan layanan yang profesional dan memuaskan bagi masyarakat. Pelayanan pelanggan yang responsif, ramah, dan profesional menjadi faktor utama yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan. PT KB Finansia Multi Finance menempatkan pelayanan pelanggan sebagai prioritas dengan menyediakan staf yang terlatih dan siap membantu di setiap tahap pengajuan hingga pembayaran cicilan. Aksesibilitas melalui berbagai saluran komunikasi juga memudahkan konsumen dalam berinteraksi. Dengan pelayanan yang baik, PT KB Finansia Multi Finance berhasil meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan masyarakat, yang pada gilirannya berpengaruh pada keputusan mereka untuk memilih lembaga pembiayaan ini.

⁷⁰Ashar, Karyawan PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare, (Wawancara Pada Tanggal 23 Desember 2024)

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam pembahasan berikut ini peneliti mencoba menjelaskan terkait apa sajakah faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan dan bagaimana kesesuaian lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dengan kriteria yang diharapkan masyarakat di Kota Parepare, sebagaimana dengan metode yang telah digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan mengidentifikasi lebih dalam terkait data data yang diperoleh, data yang dimaksud disini adalah data hasil wawancara yang dilakukan oleh pihak-pihak kompeten terhadap masalah dan fokus penelitian yaitu teori preferensi.

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat di Kota Parepare Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan

Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) terhadap sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.⁷¹ Setiap individu memiliki preferensi dalam menentukan berbagai pilihan untuk kebutuhannya, preferensi dapat dibentuk melalui pola pikir konsumen (individu) yang didasari oleh dua hal, yaitu pengalaman yang diperolehnya dan kepercayaan turun-temurun. Preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus/tajam lebih

⁷¹P. Kotler. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, (Jakarta : Prenhalindo, 2000).

mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan masyarakat di Kota Parepare. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan sebagai berikut :

a). Faktor-Faktor Kebutuhan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa keputusan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan didasarkan pada berbagai faktor kebutuhan yang dianggap mampu memberikan solusi terbaik bagi mereka. Kemudahan dalam proses pengajuan pembiayaan menjadi salah satu alasan utama. Prosedur yang sederhana dan efisien memungkinkan masyarakat di Kota Parepare untuk mendapatkan akses pembiayaan tanpa hambatan yang berarti, sehingga mempermudah mereka dalam merealisasikan keinginan memiliki kendaraan. Fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan juga menjadi daya tarik yang tidak bisa diabaikan. Masyarakat di Kota Parepare merasa terbantu dengan adanya berbagai opsi cicilan yang dapat disesuaikan dengan kondisi finansial mereka, sehingga mereka lebih percaya diri dalam mengelola anggaran bulanan tanpa khawatir terhadap beban pembayaran yang berlebihan.

Selain itu, tingkat bunga yang kompetitif dan transparansi biaya menambah keyakinan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Masyarakat merasa bahwa lembaga pembiayaan PT KB Finansia Multi Finance mampu memberikan nilai ekonomis yang lebih

baik dibandingkan dengan pembelian kendaraan secara tunai maupun melalui bank. Transparansi biaya memberikan rasa aman karena masyarakat di Kota Parepare tidak perlu khawatir terhadap kemungkinan adanya biaya tersembunyi yang sering kali menjadi kekhawatiran dalam pembiayaan kendaraan. Layanan pelanggan yang baik semakin memperkuat kenyamanan masyarakat dalam bertransaksi. Dukungan dari staf yang ramah dan responsif membuat masyarakat merasa didampingi, baik dalam proses pengajuan maupun selama masa pembayaran cicilan. Ditambah dengan beragam metode pembayaran yang fleksibel, PT KB Finansia Multi Finance mampu memberikan pengalaman yang praktis dan memudahkan konsumen dalam memenuhi kewajiban mereka. Secara keseluruhan, masyarakat Kota Parepare melihat PT KB Finansia Multi Finance sebagai pilihan yang lebih menguntungkan dan terpercaya. Kombinasi antara kemudahan, fleksibilitas, transparansi, dan layanan pelanggan yang baik menjadikan lembaga ini unggul dibandingkan dengan alternatif pembiayaan lainnya, baik dari segi kenyamanan maupun manfaat ekonomis.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu dengan judul penelitian Perilaku Konsumen Muslim Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Bermotor di Kota Palopo menurut peneliti sejalan dengan teori karena masyarakat di Kota Parepare memilih menggunakan lembaga pembiayaan kendaraan karena proses pengajuan yang mudah, fleksibilitas pembayaran, bunga yang kompetitif dan transparansi biaya, seperti yang tercantum di penelitian terdahulu bahwa masyarakat lebih memilih lembaga pembiayaan kendaraan dikarenakan suku bunga yang lebih rendah dan proses pengurusan berkas masyarakat diberikan kemudahan dan cepat dalam pengurusan sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan lembaga pembiayaan kendaraan dibandingkan tunai atau Bank.

b). Faktor-Faktor Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa faktor sosial memainkan peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan masyarakat di Kota Parepare terhadap PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan. Informasi yang diperoleh melalui teman, kerabat, dan ulasan dari masyarakat umum menjadi sumber referensi utama bagi masyarakat di Kota Parepare dalam mengambil keputusan. Rekomendasi dari orang-orang terdekat, terutama yang telah memiliki pengalaman positif, memberikan pengaruh besar terhadap keyakinan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance.

Adapun jumlah masyarakat di Kota Parepare yang memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan dirincikan dengan table berikut :

Tahun	Jumlah Masyarakat
2022	150 orang
2023	140 orang
2024	160 orang

Pengalaman positif yang dibagikan oleh orang-orang di sekitar mereka menciptakan rasa percaya diri yang lebih tinggi. Masyarakat di Kota Parepare merasa bahwa keputusan mereka didukung oleh testimoni nyata yang membuktikan kredibilitas dan kualitas layanan PT KB Finansia Multi Finance. Hal ini menunjukkan pentingnya peran jaringan sosial dalam memengaruhi preferensi dan keputusan pembiayaan, terutama di kota-kota

seperti Parepare, di mana hubungan sosial sering kali menjadi dasar pengambilan keputusan. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat di Kota Parepare terhadap lembaga pembiayaan PT KB Finansia Multi Finance tidak hanya terbentuk melalui pengalaman pribadi, tetapi juga diperkaya oleh informasi dari lingkungan sosial mereka. PT KB Finansia Multi Finance berhasil membangun reputasi yang baik di kalangan masyarakat Parepare, yang pada akhirnya memperkuat posisi lembaga ini sebagai pilihan utama dalam pembiayaan kendaraan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Studi Kasus : BSI KCP Praya menurut peneliti sejalan dengan teori karena dalam faktor-faktor sosial, informasi yang masyarakat dapatkan melalui teman dan kerabat serta ulasan dari masyarakat umum sangat berperan dalam membentuk kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pembiayaan kendaraan. pengalaman positif orang-orang di sekitar membuat masyarakat merasa lebih percaya diri untuk memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan. seperti yang tercantum dalam penelitian terdahulu bahwa dalam faktor sosial, masyarakat dipengaruhi dan didorong oleh teman, tetangga maupun instansi dari tempat kerjanya. Oleh sebab itu faktor sosial sangat berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga, dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk menggunakan produk Bank Syariah.

c). Faktor-Faktor Pribadi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti menyimpulkan bahwa pengalaman pribadi menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan. Proses pengajuan yang mudah, layanan pelanggan yang responsif, serta ketentuan cicilan yang fleksibel memberikan rasa nyaman dan keyakinan kepada masyarakat di Kota Parepare. Penawaran promosi seperti uang muka rendah dan potongan cicilan juga memberikan manfaat nyata dalam membantu perencanaan keuangan, sehingga semakin memperkuat keputusan masyarakat. Pengalaman positif ini membuat masyarakat di Kota Parepare merasa bahwa PT KB Finansia Multi Finance adalah pilihan yang tepat dan memberikan kepercayaan untuk menggunakan layanan mereka kembali di masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Studi Kasus : BSI KCP Praya menurut peneliti sejalan dengan teori namun ada sedikit perbedaan antara penelitian sekarang dan penelitian terdahulu terkait faktor pribadi yang mempengaruhi masyarakat, di penelitian terdahulu menjelaskan bahwa faktor pribadi berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan karena faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan, dimana semakin tinggi jabatan orang tua dalam bekerja, mapan dari segi ekonomi dan gaya hidup yang semakin meningkat maka semakin tinggi juga keputusan konsumen dalam menggunakan produk bank syariah. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menjelaskan bahwa pada faktor-faktor pribadi, pengalaman positif masyarakat dengan PT KB Finansia Multi Finance sangat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam

memilih lembaga pembiayaan kendaraan. Proses yang mudah, layanan pelanggan yang responsif, dan ketentuan cicilan yang fleksibel membuat masyarakat merasa nyaman dan yakin dalam menggunakan layanan mereka. Selain itu, penawaran promosi seperti uang muka rendah dan potongan cicilan juga sangat membantu, memberikan kemudahan dalam perencanaan keuangan masyarakat. Berdasarkan pengalaman ini, masyarakat merasa PT KB Finansia Multi Finance adalah pilihan yang tepat dan akan mempertimbangkan untuk menggunakan layanan mereka lagi di masa depan.

d). Faktor-Faktor Psikologis

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada faktor psikologis, PT KB Finansia Multi Finance dipandang sebagai lembaga pembiayaan yang dapat dipercaya karena reputasinya yang baik, transparansi informasi, dan pengawasan oleh OJK. Kepercayaan ini semakin diperkuat dengan kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas cicilan, serta layanan pelanggan yang responsif, yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat di Kota Parepare. Dibandingkan dengan lembaga lain, PT KB Finansia Multi Finance unggul dalam hal transparansi dan pengalaman yang lancar, sehingga membuatnya menjadi pilihan yang layak dipertimbangkan oleh masyarakat di Kota Parepare dalam pembiayaan kendaraan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni dengan judul penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Studi Kasus : BSI KCP Praya menurut peneliti sejalan dengan teori namun ada sedikit perbedaan antara penelitian sekarang dan penelitian terdahulu terkait faktor psikologis, di penelitian terdahulu menjelaskan bahwa Faktor psikologis sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk maka akan semakin tinggi keputusan konsumen dalam menggunakan produk pada bank syariah. Ini dikarenakan faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada perilaku individu ataupun konsumen dalam mengambil keputusan. Sedangkan di penelitian yang dilakukan oleh peneliti, menjelaskan bahwa karena pada faktor-faktor psikologis, PT KB Finansia Multi Finance merupakan lembaga pembiayaan yang dipercaya karena reputasi baik, transparansi informasi, dan pengawasan oleh OJK. Kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas cicilan, serta layanan pelanggan yang responsif memberikan rasa aman dan nyaman. Dibandingkan dengan lembaga lain, mereka unggul dalam transparansi dan pengalaman yang lancar, sehingga menjadi pilihan yang layak dipertimbangkan.

2. Kesesuaian Lembaga Pembiayaan Kendaraan PT KB Finansia Multi Finance Dengan Kriteria Yang Diharapkan Masyarakat di Kota Parepare

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat membahas kesesuaian lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dengan Kriteria yang diharapkan masyarakat di Kota Parepare sesuai teori yang terdapat dalam tinjauan teori yaitu 1). Legalitas dan Keamanan, 2). Reputasi dan Kredibilitas, 3). Suku Bunga dan Biaya, 4). Fleksibilitas dan Program Pembiayaan, 5). Kemudahan Akses Layanan, 6). Transparansi Informasi, dan 7). Pelayanan Pelanggan. Berikut peneliti jabarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti :

1. Legalitas dan Keamanan

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi peneliti, Pada indikator legalitas dan keamanan, PT KB Finansia Multi Finance menempatkan prioritas tinggi pada kepatuhan terhadap regulasi dan perlindungan konsumen, yang semakin memperkuat kepercayaan masyarakat. Sebagai lembaga yang terdaftar dan diawasi oleh OJK, perusahaan memastikan bahwa seluruh operasionalnya mematuhi regulasi yang berlaku dan rutin memperbarui izin usaha, yang memberikan jaminan keamanan bagi konsumen. Selain itu, sistem pelaporan dan audit berkala memastikan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dari sisi keamanan, PT KB Finansia Multi Finance menerapkan perlindungan data yang ketat, seperti enkripsi dan autentikasi ganda, serta kebijakan privasi yang sesuai dengan aturan perlindungan data pribadi. Dengan memberikan edukasi mengenai pentingnya keamanan informasi kepada konsumen, perusahaan menunjukkan komitmen untuk menjaga privasi dan melindungi data pelanggan. Saluran pengaduan yang responsif juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, karena setiap keluhan ditangani dengan cepat dan profesional. Komitmen PT KB Finansia Multi Finance terhadap legalitas, keamanan, dan perlindungan konsumen

tidak hanya menciptakan rasa aman tetapi juga memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara hukum. Hal ini menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk memilih layanan pembiayaan kendaraan dari lembaga ini.

2. Reputasi dan Kredibilitas

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi peneliti, Pada indikator reputasi dan kredibilitas, PT KB Finansia Multi Finance berhasil membangun dan mempertahankan reputasi yang baik dengan mengutamakan transparansi, kenyamanan layanan, dan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Reputasi perusahaan diperkuat melalui investasi dalam teknologi, pelatihan karyawan, serta komunikasi terbuka dengan pemangku kepentingan, yang menunjukkan komitmen mereka terhadap kualitas layanan. Selain itu, perusahaan selalu memastikan bahwa operasionalnya mematuhi regulasi yang ditetapkan oleh OJK, yang menambah kepercayaan masyarakat. Komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan juga menjadi faktor penting dalam memperkuat citra PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga yang peduli dan berintegritas tinggi. Di tengah persaingan ketat dalam industri pembiayaan kendaraan, perhatian mereka terhadap isu sosial dan keberlanjutan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata masyarakat.

Reputasi perusahaan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna sebelumnya yang merasa puas dengan layanan yang diberikan. Transparansi dalam komunikasi dan status legalitas yang diawasi oleh OJK memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen. Faktor-faktor ini secara keseluruhan mendorong masyarakat untuk memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan, karena mereka merasa yakin dengan kredibilitas dan reputasi yang dimiliki perusahaan.

3. Suku Bunga dan Biaya

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, Pada indikator suku bunga dan biaya, PT KB Finansia Multi Finance menentukan suku bunga pembiayaan kendaraan dengan memperhatikan suku bunga acuan, kondisi pasar, dan risiko kredit, sehingga tetap menawarkan tingkat bunga yang kompetitif dan sesuai dengan kemampuan konsumen. Adapun suku bunga yang ditawarkan kepada masyarakat jika ingin menggunakan PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan digolongkan berdasarkan kendaraan jenis baru dan bekas. Adapun kendaraan jenis baru suku bunga nya mulai dari 2,5% per tahun sedangkan kendaraan jenis bekas suku bunga nya mulai dari 6% per tahun, Namun itu akan dijumlahkan ketika masyarakat melakukan pengajuan. Dalam upaya meringankan beban konsumen, perusahaan juga menyediakan program pengurangan biaya administrasi dan denda melalui promosi atau restrukturisasi kredit dalam situasi tertentu, yang mencerminkan kebijakan fleksibel mereka. Kebijakan ini menunjukkan komitmen PT KB Finansia Multi Finance untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat di Kota Parepare, sekaligus memberikan solusi pembiayaan yang bertanggung jawab dan mendukung kesejahteraan finansial konsumen.

Suku bunga yang rendah, bersama dengan transparansi biaya tambahan seperti biaya administrasi dan denda, membuat masyarakat di Kota Parepare merasa lebih yakin dan percaya dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance untuk pembiayaan kendaraan. Kejelasan informasi mengenai biaya-biaya tersebut membantu masyarakat dalam mengambil keputusan, memberikan rasa aman selama proses pembiayaan, dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap lembaga ini.

4. Fleksibilitas dan Program Pembiayaan

Pada indikator fleksibilitas dan program pembiayaan, PT KB Finansia Multi Finance menawarkan program yang memberikan kemudahan bagi konsumen dengan fleksibilitas tenor cicilan dan uang muka (DP) rendah. Fleksibilitas tenor cicilan memungkinkan masyarakat di Kota Parepare untuk memilih jangka waktu pembayaran yang sesuai dengan kemampuan keuangan mereka, sementara opsi uang muka rendah meringankan beban awal dalam proses pembelian kendaraan. Program-program ini dirancang untuk memberikan akses pembiayaan yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sambil tetap mematuhi regulasi yang berlaku.

PT KB Finansia Multi Finance (KB Finansia) menawarkan pembiayaan yang fleksibel untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Berikut adalah aspek fleksibilitas utama:

1. Pilihan Tenor Cicilan

- Tenor pembiayaan yang tersedia:
 - 6 bulan
 - 12 bulan
 - 18 bulan
 - 24 bulan
 - 36 bulan
- Konsumen dapat menyesuaikan tenor dengan kemampuan keuangan, sehingga cicilan terasa lebih ringan.

2. Suku Bunga Kompetitif

- Suku bunga tetap (flat) yang kompetitif, tergantung jenis pembiayaan:
 - Pembiayaan kendaraan bermotor baru: Mulai dari 2,5% - 4,5% per tahun.

- Pembiayaan kendaraan bermotor bekas: Mulai dari 6% - 8% per tahun.
- Pembiayaan multiguna: Mulai dari 8% - 12% per tahun (bergantung pada plafon pinjaman dan tenor).

3. Plafon Pembiayaan yang Beragam

- Plafon pembiayaan mulai dari Rp5 juta hingga Rp500 juta, memberikan fleksibilitas untuk pembelian kendaraan, barang elektronik, atau kebutuhan lainnya.

Adapun program pembiayaan kendaraan yang dimiliki PT KB Finansia Multi Finance yaitu :

1. Pembiayaan Kendaraan Bermotor

- Kendaraan Baru:
 - Plafon hingga 90% dari harga kendaraan.
 - Tenor hingga 36 bulan.
 - Suku bunga mulai dari 2,5% per tahun.
- Kendaraan Bekas:
 - Plafon hingga 80% dari harga kendaraan.
 - Tenor hingga 24 bulan.
 - Suku bunga mulai dari 6% per tahun.

Fleksibilitas tenor cicilan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Kemampuan untuk menyesuaikan jangka waktu cicilan dengan kondisi keuangan mereka membuat masyarakat di Kota Parepare merasa lebih nyaman dan tidak terbebani dalam menjalani proses pembiayaan. Hal ini menjadikan PT KB Finansia Multi Finance sebagai pilihan utama

masyarakat untuk pembiayaan kendaraan, karena mereka merasa mendapatkan solusi yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

5. Kemudahan Akses Layanan

Pada indikator kemudahan akses layanan, PT KB Finansia Multi Finance mempermudah akses bagi masyarakat di Kota Parepare melalui berbagai saluran, seperti kantor cabang yang tersebar di berbagai wilayah, aplikasi digital untuk pengajuan pembiayaan dan pembayaran secara praktis, serta berbagai metode pembayaran yang fleksibel. Pendekatan ini memberikan kenyamanan dan efisiensi bagi masyarakat di Kota Parepare dalam mengakses layanan pembiayaan kendaraan dan memenuhi kewajiban cicilan mereka.

Kehadiran kantor cabang yang mudah diakses dan fleksibilitas metode pembayaran sangat mempengaruhi keputusan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance. Kemudahan ini memberi rasa nyaman bagi konsumen, karena mereka merasa bisa mengelola cicilan kendaraan dengan lebih praktis dan tanpa hambatan. Dengan demikian, PT KB Finansia Multi Finance dianggap sebagai pilihan yang tepat bagi masyarakat yang mencari layanan pembiayaan yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

6. Transparansi Informasi

Pada indikator transparansi informasi, PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare memastikan bahwa konsumen menerima informasi yang jelas dan lengkap mengenai prosedur, biaya, dan syarat pembiayaan. Melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk materi informasi dan penjelasan langsung, perusahaan memastikan bahwa setiap aspek

pembiayaan dipahami dengan baik oleh konsumen. Jika ada ketidakjelasan, layanan pelanggan siap memberikan klarifikasi atau mengunjungi cabang untuk penjelasan lebih lanjut, sehingga konsumen merasa yakin dan nyaman dalam menjalani proses pembiayaan.

Transparansi yang diberikan PT KB Finansia Multi Finance sangat berpengaruh dalam keputusan masyarakat untuk memilih lembaga ini. Informasi yang jelas mengenai prosedur, suku bunga, biaya administrasi, dan biaya lainnya sejak awal memberikan rasa aman karena tidak ada biaya tersembunyi yang bisa mengejutkan konsumen di kemudian hari. Kejelasan ini memperkuat kepercayaan masyarakat, membuat mereka merasa lebih percaya diri untuk melangkah ke tahap pengajuan pembiayaan. Layanan pelanggan yang siap membantu juga semakin meningkatkan kenyamanan, dengan memastikan bahwa konsumen selalu mendapatkan penjelasan yang dibutuhkan. Secara keseluruhan, transparansi yang ditawarkan PT KB Finansia Multi Finance memberikan rasa nyaman, aman, dan membangun kepercayaan masyarakat dalam memilih lembaga ini sebagai penyedia pembiayaan kendaraan.

7. Pelayanan Pelanggan

Pada indikator pelayanan pelanggan, PT KB Finansia Multi Finance di Kota Parepare memastikan kualitas layanan pelanggan dengan mengutamakan pelayanan langsung melalui cabang dan saluran komunikasi digital. Staf yang terlatih dan responsif, bersama dengan penggunaan aplikasi digital yang memudahkan interaksi, menunjukkan komitmen perusahaan untuk memberikan layanan yang profesional dan memuaskan. Pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional

menjadi faktor utama yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan.

PT KB Finansia Multi Finance menempatkan pelayanan pelanggan sebagai prioritas, dengan memastikan bahwa staf yang terlatih siap membantu konsumen di setiap tahap, mulai dari pengajuan hingga pembayaran cicilan. Aksesibilitas melalui berbagai saluran komunikasi juga memudahkan konsumen untuk berinteraksi dan menyelesaikan masalah yang mungkin muncul. Dengan pelayanan yang baik dan efisien, perusahaan berhasil meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan masyarakat. Hal ini memainkan peran penting dalam keputusan mereka untuk memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan, karena mereka merasa didukung dengan pelayanan yang memuaskan dan responsif.

3. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare

Dari segi operasional, PT KB Finansia Multi Finance menggunakan sistem perhitungan bunga dalam transaksi pembiayaannya, bukan menggunakan sistem bagi hasil atau akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah seperti murabahah, ijarah, atau musyarakah. Praktik ini dapat dilihat dari beberapa aspek:

1. Sistem Bunga: PT KB Finansia Multi Finance menerapkan sistem bunga tetap (*fixed interest rate*) dalam pembiayaan kendaraannya. Dalam perspektif syariah, praktik ini termasuk riba yang dilarang dalam Islam.
2. Mekanisme Penalti: Penerapan denda keterlambatan berdasarkan persentase dari pokok pinjaman, yang dalam perspektif syariah bisa dikategorikan sebagai riba.

3. Akad yang Digunakan: PT KB Finansia Multi Finance menggunakan perjanjian kredit konvensional, bukan akad-akad yang sesuai syariah seperti murabahah (jual-beli) atau ijarah muntahiyah bittamlik (sewa-beli).
4. Pengawasan: Tidak adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mengawasi operasional perusahaan, yang merupakan syarat wajib bagi lembaga pembiayaan syariah.
5. Produk yang Ditawarkan: Semua produk pembiayaannya berbasis bunga, tidak ada produk khusus yang menggunakan skema syariah.

Adapun lembaga pembiayaan kendaraan dengan prinsip syariah merupakan institusi keuangan yang menyediakan layanan pembiayaan kendaraan berdasarkan hukum dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam operasionalnya, lembaga ini mengedepankan nilai-nilai syariah dan menghindari praktik-praktik yang dilarang dalam Islam seperti riba, gharar, dan maysir.

a. Akad-akad yang digunakan dalam pembiayaan kendaraan syariah meliputi :

1. Murabahah (Jual-Beli dengan Margin): Akad ini paling umum digunakan dalam pembiayaan kendaraan syariah. Lembaga pembiayaan membeli kendaraan dari dealer, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati. Harga jual dan margin harus ditetapkan di awal dan tidak boleh berubah selama masa pembiayaan. Akad murabahah berisikan perjanjian antara lain : fasilitas pembiayaan yang diberikan, jumlah plafon pembiayaan,

jangka waktu pembiayaan, margin, pelunasan sebelum jatuh tempo, denda atas keterlambatan pembayaran dan lain-lain.⁷²

2. Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT): Merupakan akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan. Nasabah menyewa kendaraan dari lembaga pembiayaan dengan pembayaran sewa bulanan, dan di akhir periode memiliki opsi untuk membeli kendaraan tersebut atau mendapatkannya sebagai hibah.
3. Musyarakah Mutanaqishah: Akad kerjasama kepemilikan antara lembaga pembiayaan dan nasabah, di mana porsi kepemilikan lembaga pembiayaan berkurang secara bertahap seiring dengan pembayaran yang dilakukan nasabah.

b. Karakteristik utama pembiayaan kendaraan syariah :

1. Transparansi: Semua biaya dan margin keuntungan harus diungkapkan secara jelas di awal akad.
2. Tidak Ada Bunga: Sistem bunga digantikan dengan sistem bagi hasil atau margin keuntungan yang disepakati.
3. Pengawasan Syariah: Setiap lembaga pembiayaan syariah wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi kepatuhan terhadap prinsip syariah.
2. Dokumentasi Sesuai Syariah: Semua dokumen transaksi harus sesuai dengan prinsip syariah dan menggunakan terminologi yang tepat.
3. Penanganan Keterlambatan: Jika terjadi keterlambatan pembayaran, pendekatan yang diambil lebih manusiawi dan tidak memberatkan nasabah secara berlebihan.

c. Keunggulan pembiayaan kendaraan syariah :

⁷²I Nyoman, "Implementasi Multi Akad (Hybrid Contract) Pada Pembiayaan Murabahah Bank Syariah, (2023)

1. Kepastian Akad: Nasabah mendapatkan kepastian mengenai total pembayaran sejak awal karena tidak ada bunga yang berubah-ubah.
2. Lebih Adil: Sistem margin atau bagi hasil lebih adil karena kedua pihak berbagi risiko.
3. Sesuai Syariah: Memberikan ketenangan bagi nasabah yang ingin bertransaksi sesuai prinsip Islam.

d. Prosedur pengajuan pembiayaan syariah :

1. Pengajuan aplikasi dengan melengkapi dokumen yang diperlukan
2. Analisis kelayakan pembiayaan oleh lembaga
3. Penandatanganan akad sesuai prinsip syariah
4. Pencairan pembiayaan dan pengiriman kendaraan
5. Pembayaran angsuran sesuai jadwal yang disepakati

e. Aspek penting dalam mengelola pembiayaan kendaraan syariah:

1. Manajemen Risiko: Lembaga pembiayaan harus memiliki sistem manajemen risiko yang komprehensif namun tetap sesuai syariah.
2. Sumber Daya Manusia: Karyawan harus memahami prinsip-prinsip syariah dan mampu menjelaskannya kepada nasabah.
3. Teknologi: Penggunaan sistem teknologi yang mendukung operasional sesuai syariah.
4. Edukasi Nasabah: Program edukasi tentang pembiayaan syariah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat.

Dalam perspektif ekonomi syariah, setiap transaksi pembiayaan kendaraan harus terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Hal ini sejalan dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 275 yang berbunyi :

اللَّهُ أَحْلَى الْبَيْعِ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahannya :

"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

PT KB Finansia Multi Finance perlu memastikan bahwa skema pembiayaan yang ditawarkan menggunakan akad yang sesuai dengan syariah, seperti murabahah (jual-beli dengan margin) atau ijarah muntahiya bittamlik (sewa yang diakhiri dengan kepemilikan). Transparansi dalam penetapan margin dan biaya-biaya terkait menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan keadilan bagi kedua belah pihak.

Sistem operasional lembaga pembiayaan juga harus mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam hal pelayanan nasabah. Hal ini termasuk kejelasan informasi mengenai produk pembiayaan, prosedur yang transparan, serta penanganan keterlambatan pembayaran yang adil dan manusiawi. Pendekatan yang diambil dalam menangani nasabah yang mengalami kesulitan pembayaran harus mengedepankan prinsip tolong-menolong dan tidak memberatkan nasabah secara berlebihan. Aspek dokumentasi dan pencatatan transaksi juga menjadi perhatian dalam tinjauan ekonomi syariah. Setiap transaksi harus didokumentasikan dengan baik dan jelas, termasuk rincian harga kendaraan, margin yang disepakati, jangka waktu pembayaran, dan persyaratan lainnya. Hal ini sejalan dengan perintah Al-Quran tentang pentingnya pencatatan dalam transaksi tidak tunai untuk menghindari perselisihan di kemudian hari.

Pengawasan syariah terhadap operasional lembaga pembiayaan menjadi komponen penting dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Idealnya, PT KB Finansia Multi Finance memiliki Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi dan memberikan arahan terkait aspek kesyariahan produk dan operasional perusahaan. Pengawasan ini

mencakup review terhadap akad yang digunakan, mekanisme penetapan margin, dan praktik penagihan. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat, lembaga pembiayaan syariah diharapkan tidak hanya fokus pada aspek bisnis semata, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dari kegiatan pembiayaan yang dilakukan. Program-program edukasi keuangan syariah dan pendampingan nasabah dapat menjadi nilai tambah yang mendukung tercapainya tujuan ekonomi syariah yaitu kesejahteraan yang berkeadilan.

Tinjauan ekonomi syariah juga memperhatikan aspek sumber daya manusia dalam lembaga pembiayaan. Karyawan PT KB Finansia Multi Finance perlu memiliki pemahaman yang memadai tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah untuk dapat memberikan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pelatihan dan pengembangan kompetensi syariah bagi karyawan menjadi investasi penting dalam mendukung operasional yang sesuai syariah. Dalam hal pengelolaan risiko, pendekatan yang diambil harus seimbang antara kepentingan bisnis dan prinsip syariah. Analisis kelayakan pembiayaan harus dilakukan secara cermat dengan mempertimbangkan kemampuan nasabah, namun tetap memberikan kesempatan bagi masyarakat yang membutuhkan pembiayaan kendaraan untuk meningkatkan produktivitas mereka.

Secara keseluruhan, tinjauan ekonomi syariah terhadap PT KB Finansia Multi Finance menunjukkan pentingnya keselarasan antara praktik pembiayaan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini tidak hanya terbatas pada penggunaan akad yang sesuai syariah, tetapi juga mencakup seluruh aspek operasional termasuk layanan nasabah, dokumentasi, pengawasan, pemberdayaan masyarakat, pengembangan SDM, dan pengelolaan risiko. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, lembaga pembiayaan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ekonomi syariah di masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dengan judul Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Keputusan masyarakat di Kota Parepare dalam memilih PT KB Finansia Multi Finance sebagai lembaga pembiayaan kendaraan didasarkan pada berbagai faktor, yaitu kebutuhan, sosial, pribadi, dan psikologis. Dari sisi kebutuhan, kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas pembayaran, bunga kompetitif, dan transparansi biaya memberikan solusi yang efisien dan ekonomis. Faktor sosial, seperti rekomendasi dari teman dan kerabat, ulasan positif, serta pengalaman orang-orang terdekat, memperkuat kepercayaan masyarakat di Kota Parepare terhadap lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance. Faktor pribadi, seperti pengalaman positif dalam pelayanan, kemudahan proses, promosi menarik, serta fleksibilitas cicilan, memberikan rasa nyaman dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dari aspek psikologis, reputasi baik, transparansi, dan pengawasan OJK memberikan rasa aman dan kepercayaan penuh kepada masyarakat di Kota Parepare. Kombinasi keunggulan ini menjadikan PT KB Finansia Multi Finance sebagai pilihan utama dan terpercaya dalam pembiayaan kendaraan di Kota Parepare.
2. PT KB Finansia Multi Finance berhasil menjadi pilihan utama masyarakat di Kota Parepare dalam pembiayaan kendaraan dengan mengutamakan berbagai aspek penting, yaitu legalitas, keamanan, reputasi, suku bunga kompetitif, fleksibilitas, kemudahan akses layanan, transparansi informasi, dan kualitas pelayanan pelanggan. Dari sisi legalitas dan keamanan, PT KB Finansia Multi Finance memastikan kepatuhan terhadap regulasi OJK, perlindungan data pribadi, dan pengelolaan keluhan konsumen yang profesional, memberikan

rasa aman dan nyaman. Reputasi dan kredibilitas yang baik, didukung oleh transparansi informasi, inovasi teknologi, serta tanggung jawab sosial PT KB Finansia Multi Finance, semakin memperkuat kepercayaan masyarakat di Kota Parepare. Suku bunga yang kompetitif, fleksibilitas tenor cicilan, uang muka rendah, dan program promosi memberikan solusi finansial yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Kota Parepare. Kemudahan akses melalui kantor cabang, aplikasi digital, serta berbagai metode pembayaran memudahkan masyarakat di Kota Parepare dalam mengelola cicilan. Pelayanan pelanggan yang responsif dan profesional, didukung oleh staf terlatih, memastikan pengalaman konsumen yang memuaskan di setiap tahap. Transparansi biaya dan informasi yang jelas sejak awal juga memberikan rasa aman, sehingga masyarakat di Kota Parepare merasa yakin dengan pilihan mereka. Secara keseluruhan, PT KB Finansia Multi Finance menjadi lembaga pembiayaan kendaraan yang unggul dan terpercaya di Kota Parepare dengan mengedepankan kepercayaan, kenyamanan, dan manfaat ekonomis bagi konsumen

B. Saran

1. Untuk PT KB Finansia Multi Finance dapat mempertahankan dan meningkatkan posisinya di Kota Parepare dengan beberapa langkah strategis. Peningkatan kualitas pelayanan pelanggan melalui pelatihan staf dan respons cepat terhadap keluhan sangat penting. Pengembangan teknologi digital, termasuk fitur interaktif pada aplikasi dan keamanan data, juga harus diperkuat. Program promosi yang relevan, seperti menyasar segmen khusus atau bekerja sama dengan mitra strategis, dapat menarik lebih banyak konsumen. Transparansi dalam informasi biaya dan laporan cicilan juga harus diprioritaskan untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Selain itu, program tanggung jawab sosial perusahaan, seperti edukasi keuangan dan dukungan komunitas lokal, dapat meningkatkan citra positif. Inovasi produk, termasuk

pembiayaan kendaraan listrik dan fleksibilitas tenor cicilan, perlu diperluas untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Dengan memperkuat reputasi, memanfaatkan testimoni pelanggan, dan terus berinovasi, perusahaan dapat semakin mengokohkan posisinya sebagai pilihan utama masyarakat dalam pembiayaan kendaraan.

2. Untuk masyarakat di Kota Parepare disarankan untuk memanfaatkan layanan PT KB Finansia Multi Finance dengan memahami informasi terkait suku bunga, tenor, dan biaya sejak awal, serta memilih skema pembiayaan yang sesuai dengan kemampuan finansial. Gunakan aplikasi digital perusahaan untuk mempermudah pengelolaan cicilan dan periksa program promosi untuk keuntungan tambahan. Sebelum membuat keputusan, cari rekomendasi atau ulasan dari pengguna lain untuk memastikan kualitas layanan. Jika ada kendala, manfaatkan layanan pelanggan yang responsif untuk mendapatkan bantuan. Dengan langkah-langkah ini, masyarakat di Kota Parepare dapat menikmati pengalaman pembiayaan yang aman, nyaman, dan menguntungkan.
3. Kepada Penulis agar kedepannya banyak membaca referensi literature mengenai Preferensi Masyarakat agar lebih baik lagi dalam penyusunan karya ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- AM., Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar, Pedoman Bagi Guru dan Calon Guru*, Rajawali, Jakarta, 1992.
- Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Prenada Media, (2017)
- Bank Indonesia Padang dan Universitas Andalas. 2001. "Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Sumatra Barat". Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah: Padang.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 1100
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Huberman, A. Michael, dan Miles, Matthew B., 2009. *Data Kualitatif* Bandung: UI Press.
- Ibid*
- Imaniyati, Neni Sri, *Hukum Bisnis Telaah Tentang Pelaku dan Kegiatan Ekonomi*, Yogyakarta: Grafika Ilmu, 2009.
- Kasmir. *Bank dan lembaga keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kasnaeny, "Analisis Perilaku dan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan untuk Kredit Konsumtif", *PAMJou: Patria Artha Manajemen Journal*, 1. 2 (2017)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2006. Jakarta: Balai Pustaka
- Kementerian Keuangan. 1994. "Pemberian Izin Usaha Lembaga Pembiayaan Kepada Pt. Finansia Multi Finance" 1994. Jakarta
- Kotler. P., *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo. 2000

- Machmudah, Rifa'atul. 2009. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Bank CIMB NIaga Syariah Cabang Semarang)". Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Islam: Semarang.
- Menteri Keuangan Republik Indonesia. 2006. "Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK/.012/2006 Tentang Perusahaan Pembiayaan Menteri Keuangan", 2006 (Jakarta).
- Menteri Keuangan Republik Indonesia. 1998. "Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor : 1251/KMK.013/1988 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan" 1988.Jakarta.
- Mekarisce, Arnild Augina, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat", *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12.3 (2020).
- M.M., Dr. Nugroho J.Setiadi, S.E., *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Muliadi, Ahmad, *Hukum Lembaga Pembiayaan*, Jakarta: Akademia Permata, 2013
- M.Pd, Dr.Wahidmurni, "Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif", (2017).
- Murdiyanto, Eko, *Metode Penelitian Kualitatif, Pertama*, Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat, 2020.
- Ma'ruf, Hendri, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Nasrum, Rismayanti. 2019. "Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah di Belopa Kabupaten Luwu (Studi Komparatif)". Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Binis Islam: Palopo.
- Nasution, Dina Mariana. 2023."Optimalisasi Peran Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Dalam Mendorong Perkembangan Perbankan Syariah Di Kota Padangsidempuan". Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Padangsidempuan.
- Nyoman, I. 2023. "Implementasi Multi Akad (Hybrid Contract) Pada Pembiayaan Murabahah Bank Syariah."
- Pranidana, Sauca Ananda. 2009. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA". Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi: Semarang.

- Prasetyo, Donny dan Irwansyah, “Memahami Masyarakat dan Perspektifnya, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1.1 (2020).
- Presiden Republik Indonesia. 2009. “Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Lembaga Pembiayaan” dalam *Perpres* 2009 Jakarta.
- Rahayu, Sri. 2023. “Prilaku Konsumen Muslim Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Bermotor di Kota Palopo”. Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011
- Saddam, Ku Akmal Helmutz. 2020. “Preferensi Masyarakat Muslim Dalam Memilih Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Kasus di Kelurahan Petungkang Raya)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Hukum: Jakarta.
- Salmaa. 2022. *Pengertian, Isi, Dan Contoh Fokus Penelitian*, Deepublish.Com. (diakses pada tanggal 21 Agustus 2024).
- Saleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Samsam. 2019. “Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Pinrang (Konsep Masalahah)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ilmu Hukum Islam: Parepare.
- Siamat, Dahlan, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2001.
- Simamora, H, *Panduan Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia. 2013
- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Prenada Media, 2017
- Sulfan dan Mahmud, A. 2018. “Konsep Masyarakat Menurut Murtadha Muthahhari, Sebuah Kajian Filsafat Sosial” , (2018).
- Wahyuni, Sri. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus BSI KCP Praya)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Mataram.
- Wardhani, Widya, Ujang Sumarwan, Lilik Noor Yulianti, “Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian *Green Product*”, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6.1(2015)

Widiatno, Men Wih. 2019. *Lembaga Pembiayaan*.Kuliah Online Hukum Dagang.
(diakses pada tanggal 20 Agustus 2024)

Zubair, Muhammad Kamal, et al., eds. 2020. *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis
Teknologi Informasi*, Parepare.







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : NUR HASLINDA
NIM : 2020203860202045
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PREFERENSI MASYARAKAT DALAM
MEMILIH LEMBAGA PEMBIAYAAN
KENDARAAN DI PT KB FINANSIA MULTI
FINANCE KOTA PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan masyarakat Di Kota Parepare dengan berdasarkan rumusan masalah pertama: Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Kota Parepare dalam memilih lembaga pembiayaan kendaraan?

MASYARAKAT

- **Pertanyaan wawancara dengan faktor kebutuhan**
 1. Apa alasan utama Anda memilih untuk menggunakan lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dibandingkan membeli secara tunai atau melalui bank?
 2. Apakah Anda pernah membandingkan beberapa lembaga pembiayaan

sebelum membuat keputusan untuk memilih lembaga pembiayaan di PT KB Finansia Multi Finance? Jika ya, apa yang menjadi pertimbangan utama Anda?

3. Bagaimana Anda menilai struktur pembayaran atau cicilan yang ditawarkan oleh PT KB Finansia Multi Finance? Apakah Anda merasa cicilan dan bunga yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan Anda?

- **Pertanyaan wawancara dengan faktor sosial**

1. Dari mana Anda pertama kali mendengar tentang lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance yang Anda pilih (misalnya, iklan, teman, media sosial)?
2. Apakah pendapat masyarakat umum tentang lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance memengaruhi kepercayaan Anda terhadap lembaga tersebut?

- **Pertanyaan wawancara dengan faktor pribadi**

1. Apakah Anda pernah memiliki pengalaman sebelumnya dengan lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance? Jika ya, bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi keputusan Anda saat ini?
2. Apakah penawaran promosi, seperti uang muka rendah atau potongan cicilan, menarik perhatian Anda secara pribadi?

- **Pertanyaan wawancara dengan faktor psikologis**

1. Apa yang Anda ketahui tentang reputasi lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance sebelum memutuskan untuk memilihnya? Apakah Anda merasa aman dengan lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance sehingga Anda memilihnya?
2. Apakah lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai syarat, bunga, dan biaya lainnya? Apakah Anda merasa mereka terbuka dalam menjelaskan semua ketentuan?

3. Secara keseluruhan, seberapa besar kepercayaan Anda terhadap lembaga pembiayaan ini dibandingkan dengan lembaga lain?

Wawancara dengan masyarakat Di Kota Parepare dengan berdasarkan rumusan masalah kedua: Bagaimana kesesuaian lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dengan kriteria yang diharapkan masyarakat di Kota Parepare?

MASYARAKAT

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator legalitas dan keamanan**

1. Apakah Anda memeriksa apakah lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance terdaftar dan diawasi oleh OJK sebelum memilih?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator reputasi dan kredibilitas**

1. Apa faktor utama yang Anda perhatikan dalam menilai reputasi lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator suku bunga dan biaya**

1. Bagaimana Anda menilai suku bunga yang ditawarkan oleh lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance?
2. Apakah transparansi mengenai biaya tambahan seperti administrasi atau denda memengaruhi keputusan Anda?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator fleksibilitas dan program pembiayaan**

1. Apakah fleksibilitas tenor cicilan menjadi salah satu pertimbangan utama Anda?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator kemudahan akses layanan**

1. Apakah jumlah kantor cabang atau aksesibilitas pembayaran memengaruhi pilihan Anda?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator transparansi informasi**

1. Seberapa penting transparansi dalam menjelaskan prosedur dan biaya bagi Anda?
2. Apakah Anda pernah mengalami masalah akibat kurangnya informasi dari lembaga pembiayaan PT KB Finansia Multi Finance?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator pelayanan pelanggan**

1. Bagaimana Anda menilai keramahan dan profesionalisme staf lembaga pembiayaan kendaraan PT KB Finansia Multi Finance dalam melayani Anda?
2. Bagaimana pengalaman Anda saat menghubungi layanan pelanggan PT KB Finansia Multi Finance terkait masalah teknis, seperti keterlambatan pembayaran atau perubahan data?
3. Apakah Anda akan merekomendasikan lembaga pembiayaan PT KB Finansia Multi Finance kepada orang lain berdasarkan pengalaman layanan pelanggan Anda?

Wawancara dengan pegawai PT KB Finansia Multi Finance :

PEGAWAI PT KB FINANSIA MULTI FINANCE

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator legalitas dan keamanan**

1. Bagaimana PT KB Finansia Multi Finance memastikan legalitas operasionalnya agar tetap sesuai dengan regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK)?
2. Apakah ada langkah yang dilakukan untuk memberikan rasa aman kepada konsumen terkait keamanan data dan transaksi?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator reputasi dan kredibilitas**

1. Apa strategi perusahaan dalam membangun dan mempertahankan reputasi yang baik di mata masyarakat?
2. Bagaimana perusahaan menjaga kredibilitasnya di tengah persaingan lembaga pembiayaan kendaraan yang semakin ketat?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator suku bunga dan biaya**

1. Bagaimana kebijakan perusahaan dalam menentukan suku bunga pembiayaan kendaraan?
2. Apakah PT KB Finansia Multi Finance memiliki program khusus untuk meringankan biaya administrasi atau denda bagi konsumen?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator fleksibilitas dan program pembiayaan**

1. Apakah perusahaan menawarkan program pembiayaan dengan fleksibilitas tenor cicilan atau uang muka (DP) rendah?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator kemudahan akses layanan**

1. Bagaimana perusahaan mempermudah akses bagi konsumen, baik melalui kantor cabang, aplikasi digital, atau metode pembayaran?

- **Pertanyaan wawancara dengan indikator transparansi informasi**

1. Bagaimana perusahaan memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang jelas mengenai prosedur, biaya, dan syarat pembiayaan?
2. Apa langkah yang diambil jika konsumen merasa informasi yang diberikan kurang jelas?

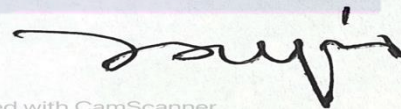
- **Pertanyaan wawancara dengan indikator pelayanan pelanggan**

1. Bagaimana perusahaan memastikan kualitas layanan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui saluran komunikasi digital?

Parepare, 6 Januari 2025

Mengetahui,

Pembimbing Utama



Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.

19700627 200501 1 005

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA DAN HASIL WAWANCARA
KARYAWAN PT KB FINANSIA MULTI FINANCE**

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AZHAR
Alamat : Jl. LATASAKKA

Umur : 29
Jenis Kelamin : LAKI - LAKI
Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 DESEMBER 2024


(.....
AZHAR
.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA MASYARAKAT

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rasnah Ramli

Alamat : Jl. Takkalao

Umur : 49 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Guru TK

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 16 Desember 2024


(.....)
Rasnah Ramli

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Alfareza Ramadhan
Alamat : Jl. Jenderal Sudirman
Umur : 23 Tahun
Jenis Kelamin : Laki - laki
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Desember 2024

Alfareza

(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Heneng
Alamat : Jl. kebun sayur
Umur : 35
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pengusaha

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 19 Desember 2024



Sri Heneng

(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahayu
Alamat : Jl. Kebun Sayur
Umur : 47 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : IRT

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Desember 2024


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ST. KHALIJA
Alamat : Jl. KEBUN SAYUR
Umur : 52 TAHUN
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Pekerjaan : PEDAGANG

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 17 DESEMBER 2024


(ST. KHALIJA)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Taswin
Alamat : Jl. Takkalao
Umur : 48
Jenis Kelamin : laki - laki
Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Haslinda Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Kendaraan Di PT KB Finansia Multi Finance Kota Parepare”**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 15 Desember 2024


Taswin

(.....)

SURAT IZIN MENELITI DARI KAMPUS

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-5219/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2024

12 Desember 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR HASLINDA
Tempat/Tgl. Lahir : SANGATTA, 12 Desember 2024
NIM : 2020203860202045
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : JL. TAKKALAO, KELURAHAN BUKIT INDAH, KECAMATAN SOREANG,
KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH LEMBAGA PEMBIAYAAN KENDARAAN DI PT KB FINANSIA MULTI FINANCE KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 12 Desember 2024 sampai dengan tanggal 12 Januari 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SURAT IZIN PENELITIAN DARI DINAS PENANAMAN MODAL

SRN IP0000893


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 893/IP/DPM-PTSP/12/2024

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **NUR HASLINDA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. TAKKALAO PAREPARE**

UNTUK :
: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH LEMBAGA PEMBIAYAAN KENDARAAN DI PT KB FINANSIA MULTI FINANCE KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **PT. KB FINANSIA MULTI FINANCE PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **13 Desember 2024 s.d 13 Januari 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **17 Desember 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**


Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik



KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan data/penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati Ketentuan Peraturan Perundang -undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare) dalam bentuk Softcopy (PDF) yang dikirim melalui email : litbangbappedaparepare@gmail.com.
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Lembar Kedua Izin Penelitian



SURAT SELESAI MENELITI



SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANAKAN PENELITIAN No.001/FMF-PRE/I/2025

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : AZHAR

NIK : 72330

Jabatan : PERSONAL ADMIN

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NUR HASLINDA

Alamat : JL. TAKKALAO, KOTA PAREPARE

Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

Telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian di PT KB Finansia Multi Finance (Kreditplus) Cabang Parepare. Dengan judul penelitian "PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH LEMBAGA PEMBIAYAAN KENDARAAN DI PT KB FINANSIA MULTI FINANCE KOTA PAREPARE".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 07 Januari 2025
Personal Admin

PT. KB FINANSIA MULTI FINANCE

Azhar
NIK: 72330



Scanned with CamScanner

PT. KB Finansia Multi Finance

J. Buu Masupe
(Depan SHPN 10 Pare-pare)
Kel. Ujung Sidiwang, Kec. Ujung,
Kota Pare-pare

Telp : +62-421 26033

DOKUMENTASI







BIODATA PENULIS

NUR HASLINDA lahir pada tanggal 05 Oktober 2002 di Sangatta. Peneliti merupakan anak pertama dari 4 bersaudara. Ayah bernama M. Basri dan Ibu bernama Rasnah Ramli. Adapun riwayat pendidikan peneliti yaitu pada tahun 2007-2014 di SDN 53 Kota Parepare. Kemudian lanjut pada tahun 2014-2017 di Sekolah Menengah Pertama SMP Negeri 6 Parepare. Tahun 2017-2020 menempuh pendidikan di SMK Negeri 3 Parepare. Dimana setelah kelulusan pada tahun 2020 melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.