

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian, Fungsi, dan Jenis *Leasing*

2.1.1 Pengertian *leasing*

Leasing adalah kata dari bahasa Inggris yaitu kata *lease* yang artinya menyewakan. *Leasing* sebagai suatu lembaga pembiayaan dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan yang masih sangat muda atau baru dilaksanakan di Indonesia pada awal tahun 1970-an dan baru diatur untuk pertama kali dalam peraturan perundang-undangan Republik Indonesia sejak tahun 1974. Eksistensi pranata hukum *leasing* di Indonesia sendiri sudah ada beberapa perusahaan *leasing* yang statusnya sama sebagai suatu lembaga keuangan non bank.

Oleh karena itu yang dimaksud dengan *leasing* adalah setiap kegiatan pembiayaan perusahaan dalam bentuk penyediaan atau penyewaan barang –barang modal untuk digunakan oleh perusahaan lain dalam jangka waktu tertentu.

2.1.2 Fungsi *leasing*

Fungsi *leasing* adalah sebagai sumber dana jangka menengah (dari satu tahun sampai lima tahun). Ditinjau dari segi perekonomian nasional, *leasing* telah memperkenalkan suatu metode baru untuk memperoleh barang modal dan menambah modal kerja. Sampai saat ini belum ada undang-undang khusus yang mengatur tentang *leasing* namun demikian praktek bisnis *leasing* telah berkembang dengan cepat, dan untuk

mengantisipasi kebutuhan agar secara hukum mempunyai pegangan yang jelas dan pasti.

2.1.3 Jenis *leasing*

1. *Finance leasing*

Dalam sewa guna usaha ini, perusahaan sewa guna usaha (*lessor*) adalah pihak yang membiayai penyediaan barang modal. Penyewa guna usaha (*lessee*) biasanya memilih barang modal yang dibutuhkan dan atas nama perusahaan sewa guna usaha, sebagai pemilik barang modal tersebut, melakukan pemesanan, pemeriksaan dan pemeliharaan barang modal yang menjadi objek transaksi *leasing*.

Lessor akan mengeluarkan dananya untuk membayar barang tersebut kepada *supplier* dan kemudian barang tersebut diserahkan kepada *lessee*. Sebagai imbalan tau jasa pengguna barang tersebut *lessee* akan membayar secara berkala kepada *lessor* sejumlah uang yang berupa uang rental untuk jangka waktu tertentu yang telah disepakati bersama.

Jumlah rental ini secara keseluruhan akan meliputi harga barang yang dibayar oleh *lessor* ditambah factor bunga serta keuntungan pihak *lessor*. Selanjutnya *capital* atau *finance lease* masih bisa dibedakan menjadi 2, yaitu :

a. *Direct finance lease*

Transaksi ini terjadi jika *lessee* sebelumnya belum pernah memiliki barang yang dijadikan objek *lease*. Secara sederhana bisa dikatakan bahwa *lessor* membeli suatu barang atas permintaan *lessee* dan akan dipergunaan oleh *lessee*.

b. *Sale and lease back*

Dalam transaksi ini *lessee* menjual barang yang telah dimilikinya kepada *lessor*. Atas barang yang sama ini kemudian dilakukan suatu kontrak *leasing* antara *lessee* dengan *lessor*. Dengan memperhatikan mekanisme ini, maka perjanjian ini memiliki tujuan yang berbeda dibandingkan *direct finance lease*. Disini *lessee* memerlukan *cash* yang bisa dipergunakan untuk tambahan modal kerja atau untuk kepentingan lainnya. Bisa dikatakan bahwa dengan sistem *sale and lease back* memungkinkan *lessor* memberikan dana untuk keperluan apa saja kepadakliennya dan tentu saja dana yang dibutuhkan sesuai dengan nilai objek barang *lease*.

2. *Operating lease* (sewa menyewa biasa)

Dalam sewa guna usaha ini, perusahaan sewa guna usaha membeli barang modal dan selanjutnya disewagunakan kepada penyewa guna usaha. Berbeda dengan *finance lease*, jumlah seluruh pembayaran sewa guna usaha berkala dalam *operating lease* tidak mencakup jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang modal tersebut berikut dengan bunganya. Perbedaan ini disebabkan perusahaan sewa guna usaha mengharapkan keuntungan justru dari penjualan barang modal yang disewa guna usahakan atau melalui beberapa kontrak sewa guna usaha lainnya.

Perusahaan sewa guna usaha dalam *operating lease* biasanya bertanggungjawab atas biaya-biaya pelaksanaan sewa guna usaha seperti asuransi, pajak maupun pemeliharaan barang modal yang bersangkutan.

3. *Sales – type lease* (sewa guna usaha penjualan)

Suatu transaksi sewa guna usaha, dimana produsen atau pabrikan juga berperan sebagai perusahaan sewa guna usaha sehingga jumlah transaksi bagian laba sudah diperhitungkan oleh produsen atau pabrikan.

4. *Leverage lease*

Suatu transaksi sewa guna usaha, selain melibatkan *lessor* dan *lessee* juga melibatkan bank atau kreditur jangka panjang yang membayai bagian terbesar transaksi

5. *Cross border lease*

Transaksi pada jenis ini merupakan suatu transaksi *leasing* yang dilakukan dengan melewati batas suatu Negara. Dengan demikian antara *lessor* dengan *lessee* yang dilakukan dengan melewati batas suatu Negara. Dengan demikian antara *lessor* dan *lessee* terletak pada 2 Negara berbeda

2.2 Penggolongan Perusahaan Sewa Guna Usaha (*Leasing*)

1. *Independent leasing company*

Perusahaan sewa guna merupakan suatu perusahaan yang berdiri sendiri, tidak terkait dengan suatu produsen barang modal sehingga dalam pembiayaan barang modal yang dilakukan oleh *independent leasing company* ini dapat beragam (tidak terfokus pada satu merek barang modal, tetapi dapat terdiri dari berbagai merek maupun jenisnya)

2. *Non independent leasing company*

Perusahaan sewa guna usaha ini merupakan suatu perusahaan yang mempunyai hubungan langsung dengan produsen barang modal, dimana pendirian perusahaan sewa guna usaha untuk meningkatkan penjualan barang modal yang diproduksi oleh produsen yang bersangkutan

3. *Lease broker atau packager*

Berfungsi mempertemukan calon *lessee* dengan pihak *lessor* yang membutuhkan suatu barang modal dengan cara *leasing* tapi *lease broker* tidak memiliki barang atau peralatan untuk menangani transaksi *leasing* untuk atas namanya.

2.3 **Keuntungan Sewa Guna Usaha**

Pembiayaan melalui *leasing* merupakan pembiayaan yang sangat sederhana dalam prosedur dan pelaksanaannya dan oleh karena itu *leasing* yang digunakan sebagai pembayaran alternatif tampak lebih menarik. Sebagai suatu alternatif sumber pembiayaan modal bagi perusahaan- perusahaan, maka *leasing* didukung oleh keuntungan-keuntungan sebagai berikut :

1. Fleksibel
2. Cepat dalam pelayanan
3. Adanya kepastian hukum
4. Terkadang *leasing* merupakan satu-satunya cara untuk mendapatkan aktiva bagi suatu perusahaan.

2.4 Pengertian, Peran, dan Tugas Customer Service

2.4.1 Pengertian *customer service*

Dalam menjaga dan melayani konsumennya, perusahaan leasing juga harus menjaga citranya. Citra perusahaan dapat terjaga melalui kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan citranya, perusahaan memerlukan karyawan yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Karyawan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen inilah yang disebut *customer service*.

Menurut Kasmir (2014:249) pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Customer Service mempunyai peranan yang sangat penting selain melayani konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, *customer service* juga berperan dalam membina hubungan baik dengan konsumen. Hal tersebut harus dilakukan karena dengan membina hubungan yang baik maka dapat memberikan kenyamanan untuk konsumen agar tetap menjadi konsumen perusahaan tersebut. Hal tersebut juga berkemungkinan dapat menarik konsumen lainnya.

2.4.2 Peran *customer service*

Customer Service (CS) adalah salah satu ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan. Perusahaan juga dapat memberikan persepsi yang positif kepada pelanggan. Melalui CS perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen

Ada beberapa peran yang dimiliki CS, peran-peran tersebut adalah sebagai berikut :

1. CS ikut membantu perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan para konsumen mereka.
2. CS membantu perusahaan dalam membentuk citra yang baik dimata konsumen

2.4.3 Tugas *customer service*

Seorang Customer Service tentu telah memiliki tugas dan fungsi yang telah ditetapkan. Dimana tugas dan fungsi tersebut harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin dengan penuh rasa tanggung jawab.

Berikut ini penjelasan tugas customer service yang sesuai dengan fungsinya menurut Kasmir (2014:251) :

1. Sebagai Resepsionis

Sebagai resepsionis artinya seorang customer service bertugas untuk menerima tamu/ konsumen yang datang ke kantor dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini, CS harus bersikap memberi perhatian, memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti sertamengucapkan salam.

2. Sebagai *deskman*

Seorang CS bertugas untuk memberikan informasi mengenai produk perusahaan, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk, menjawab pertanyaan konsumen mengenai produk yang dimiliki oleh perusahaan. Jika konsumen sudah memperoleh info mengenai produk yang perusahaan miliki dan bermaksud

melakukan transaksi, maka CS melayani konsumen untuk mengisi berbagai aplikasi formulir.

3. Sebagai *salesman*

Sebagai salesman artinya CS bertugas di kantor untuk menjual produk, mengadakan pendekatan, dan menarik pelanggan untuk menggunakan jasa leasing dari perusahaan tersebut.

4. Sebagai *consumer relation officer*

Sebagai CSO artinya *customer service* bertugas untuk menjaga citra perusahaan dengan cara membina hubungan baik di depan seluruh konsumen maupun pelanggan sehingga merasa senang, puas dan makin percaya kepada perusahaan sehingga membuat konsumen loyal pada perusahaan.

5. Sebagai komunikator

Sebagai komunikator artinya es bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada konsumen. Disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan dan konsultasi.

2.5 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pelayanan dapat dilakukan secara langsung artinya karyawan langsung berhadapan dengan konsumen.

Menurut Kotlern dalam Sampara Lukman, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik

Secara etimologi, pelayanan dapat pula diartikan sebagai usaha memenuhi kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam usaha menawarkan kepuasan terhadap pelanggan.

2.6 Etiket Pelayanan Terhadap Konsumen

2.6.1 Pengertian etiket

Etiket sering disebut dengan etika yang artinya tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Etika dalam bisnis ini terkait dengan moralitas yang artinya sebagai kegiatan yang baik dan buruk dalam bisnis. Dalam arti luas, etiket disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku manusia dalam bermasyarakat.

Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma yang ada pada masyarakat. Pada dasarnya norma-norma yang ada pada masyarakat ini berbeda-beda sesuai dengan daerahnya. Namun nyatanya norma diberlakukan sama pada acara tertentu, sehingga masyarakat diharuskan mengikuti norma tersebut.

Etiket bertujuan agar setiap norma dapat saling dihargai dan dihormati. Etiket pelayanan ini diterapkan di berbagai perusahaan guna memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

2.6.2 Etiket pelayanan

Dalam etiket pelayanan tentunya memiliki ketentuan, hal ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lainnya. Apabila ada salah satu aspek yang diabaikan, maka komponen pelayanan lainnya

tidak akan berguna. Oleh karena itu, etiket pelayanan harus dilakukan dalam semua komponen. Berikut ini ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum (Kasmir,2011:81) yaitu sebagai berikut :

1. Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku ditunjukkan kepada konsumen pada saat melayani atau pada saat berada dalam satu ruangan. Konsumen sering memperlihatkan sikap dan perilaku karyawan baik disengaja maupun tidak. Oleh karena itu, karyawan harus menunjukkan sikap dan perilaku yang baik.

2. Penampilan

Penampilan merupakan secara keseluruhan dari cara bersikap, berperilaku, berpakaian, dan berbicara yang mampu membuat konsumen terkesan. Penampilan harus selalu dijaga terutama pada saat melayani konsumen.

3. Cara berpakaian

Dalam berpakaian haruslah serasi antara baju dan celana serta warna yang digunakan. Pakaian yang digunakan harus bersih dan rapi sehingga konsumen senang untuk berada dekat dengannya.

4. Cara berbicara

Dalam berbicara dengan konsumen harus menggunakan bahasa yang baik dan benar, sehingga konsumen dapat dengan jelas memahami setiap perkataan yang dimaksud

5. Gerak gerik

Gerak-gerik merupakan pergerakan anggota badan yang diperlihatkan didepan konsumen. Gerak-gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota badan atau kaki. Jangan sampai gerak-gerik yang ditunjukkan *customer service* dapat membuat konsumen tersinggung atau membuat merasa dicurigai.

6. Cara bertanya

Dalam praktiknya, konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda, ada yang pendiam, ada pula yang banyak bertanya. Bagi konsumen yang pendiam, karyawan harus berinisiatif untuk bertanya sehingga membuat konsumen mau berbicara dan mampu mengutarakan apa yang diinginkan. Sedangkan bagi konsumen yang banyak bertanya, karyawan harus mampu mendengarkan dan menjawab pertanyaan dengan baik.

2.6.3 Tujuan etiket pelayanan

Etiket yang diberlakukan tentunya memiliki tujuan tertentu. Adapun beberapa tujuan etiket adalah sebagai berikut :

1. Untuk persahabatan dan pergaulan

Tujuan etiket untuk persahabatan dan pergaulan artinya etiket dapat meningkatkan keakraban dengan konsumen. Apabila sudah akrab, otomatis akan meningkat menjadi persahabatan yang pada akhirnya akan menambah pergaulan, baik di dalam maupun diluar perusahaan.

2. Menyenangkan orang lain

Menyenangkan orang lain merupakan salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan adanya etiket, konsumen akan merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

3. Membujuk konsumen

Setiap konsumen memiliki karakter tersendiri. Terkadang konsumen perlu dibujuk untuk menjadi konsumen baru dan tetap. Dalam membujuk tentunya menggunakan etiket, dengan etiket ini konsumen akan merasa tersanjung dan terkesan, sehingga konsumen akan mau untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

4. Mempertahankan konsumen

Salah satu tujuan penting perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah mempertahankan konsumen. Oleh sebab itu, pelayanan lewat etiket harus ditingkatkan, mengingat konsumen merupakan aset penting bagi perusahaan.

5. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan dengan konsumen harus terus dibina dan dijaga, dalam membina hubungan yaitu dengan menggunakan etiket yang lebih baik dari sebelumnya sehingga berhubungan dengan konsumen akan tetap terjalin dengan baik.

6. Berusaha menarik konsumen

Disamping untuk mempertahankan konsumen lama, etiket bertujuan untuk menarik konsumen baru. Lewat etiket yang baik konsumen akan terkesan sehingga konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang perusahaan tawarkan.

2.6.4 Manfaat etiket pelayanan

Selain memiliki tujuan tertentu, tentunya etiket memiliki manfaat, dimana manfaat ini tidak hanya dirasakan oleh perusahaan melainkan juga konsumen. Adapun beberapa manfaat etiket sebagai berikut :

1. Percaya diri

Dengan etiket mampu meningkatkan rasa percaya diri pada karyawan karena karyawan merasa memiliki nilai lebih dibandingkan dengan konsumen. Kelebihan ini seperti dalam cara berpakaian, berbicara, dan berperilaku.

2. Dihormati dan dihargai

Ada istilah “Anda sopan Kami segan, Anda hormat, Kami lebih menghormati.” Sehingga dengan berperilaku sopan, ramah, dan menyenangkan pada konsumen, maka konsumen akan berperilaku demikian pula kepada kita.

3. Disegani dan disenangi

Karyawan akan sangat disegani dan disenangi oleh konsumen dengan etiket yang dimilikinya. Konsumen yang kita hormati pada akhirnya akan segan untuk melakukan hal hal yang tidak-tidak.

2.6.5 Mengenal konsumen

Konsumen merupakan aset terpenting dalam dunia bisnis karena itu wajib hukumnya bagi karyawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Agar dapat memberikan pelayanan yang baik terlebih dahulu kita harus mengetahui karakteristik setiap konsumen. Setiap konsumen memiliki tipe yang berbeda-beda

seperti tipe pemimpin, tipe penyabar, tipe pendiam, dan tipe berhati-hati. Masing-masing tipe ini harus didekati dengan metode yang berbeda pula.

Misalnya ketika menghadapi tipe pemimpin. Tipe seperti ini biasanya menginginkan pelayanan yang cepat karena baginya setiap detik waktu sangatlah berharga. Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepadanya, maka dapat diimbangi dengan kerja keras dan melayani dengan semboyan sedikit berbicara banyak bekerja.

Berbeda pula metode yang kita berikan apabila menghadapi konsumen yang memiliki tipe berhati-hati. Nasab seperti ini penuh dengan perhitungan dan pertimbangan serta tidak mau mengambil resiko, sehingga untuk menghadapinya kita harus berhati-hati dan cermat serta jangan sampai merusak kepercayaannya.

