

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pembiayaan Kendaraan Listrik

1. Pengertian Pembiayaan

Menurut Kasmir, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu yang telah ditentukan. Pembiayaan juga dapat diartikan sebagai fasilitas yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada masyarakat untuk memperoleh barang atau jasa dengan mekanisme pembayaran secara bertahap atau angsuran. Sedangkan menurut Hasibuan, pembiayaan adalah suatu jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bagi hasil oleh peminjaman sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati¹³.

Pembiayaan juga bisa diartikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang dan adanya kesepakatan antara pemberi dana dan penerima dana, bahwa mereka sepakat sesuai dengan perjanjian yang dibuatnya. Perjanjian pembiayaan mencakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu serta bagi hasil yang ditetapkan bersama¹⁴. Di dalam pembelian kendaraan listrik, pembiayaan menjadi salah satu alternatif yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kendaraan listrik tanpa harus melakukan pembayaran secara tunai. Melalui fasilitas pembiayaan, konsumen dapat memiliki

¹³ Soemitro, Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah, (Depok: Kencana, 2017), 81

¹⁴ Soemitro, Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah, (Depok: Kencana, 2017), 81

kendaraan listrik dengan membayar uang muka dan melunasi sisanya melalui cicilan sesuai jangka waktu yang telah ditentukan.

2. Tujuan Pembiayaan

Pembiayaan memiliki beberapa tujuan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat dan pengembangan kegiatan ekonomi. Adapun tujuan pembiayaan antara lain¹⁵:

- a. Membantu masyarakat memperoleh barang atau jasa yang memiliki nilai ekonomi tinggi, termasuk kendaraan listrik.
- b. Meningkatkan daya beli masyarakat melalui penyediaan fasilitas pembayaran secara bertahap.
- c. Mendukung kegiatan ekonomi dan konsumsi dengan memberikan kemudahan akses terhadap berbagai produk yang dibutuhkan masyarakat.
- d. Mendorong peningkatan penggunaan produk yang lebih efisien dan ramah lingkungan, seperti kendaraan listrik.

Dengan adanya pembiayaan, masyarakat yang memiliki keterbatasan dana dapat tetap melakukan pembelian kendaraan listrik sehingga kebutuhan transportasi dapat terpenuhi

3. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan memiliki fungsi penting dalam aktivitas ekonomi dan bisnis. Fungsi pembiayaan antara lain¹⁶:

¹⁵ Bank Saqu, "Fungsi Lembaga Pembiayaan, Jenis, dan Contohnya di Indonesia," 15 Januari 2026, diakses 4 Juni 2026, <https://banksaqu.co.id/blog/apa-itu-lembaga-pembiayaan-pengertian-fungsi-dan-contohnya>.

¹⁶ Ibid

- a. Mempermudah transaksi, karena konsumen tidak harus menyediakan seluruh dana pembelian secara langsung.
- b. Meningkatkan akses masyarakat terhadap produk, termasuk kendaraan listrik yang memiliki harga relatif lebih tinggi dibandingkan kendaraan konvensional.
- c. Mendorong pertumbuhan usaha, karena meningkatnya akses dan kemampuan masyarakat untuk membeli produk dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan fungsi tersebut, pembiayaan tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen, tetapi juga bagi perusahaan. Kemudahan akses pembiayaan memungkinkan lebih banyak konsumen membeli kendaraan listrik sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan perusahaan. Kondisi ini pada akhirnya dapat mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan kendaraan listrik.

4. Indikator Pembiayaan Kendaraan Listrik

Kasmir menjelaskan bahwa pembiayaan bertujuan membantu masyarakat memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan melalui penyediaan dana dengan mekanisme pembayaran yang disepakati. Dalam penelitian ini, pembiayaan kendaraan listrik diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:¹⁷

- a. Kemudahan Akses Pembiayaan

Kemudahan akses pembiayaan menunjukkan tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen dalam memperoleh fasilitas

¹⁷ Soemitro, Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah, (Depok: Kencana, 2017), 81

pembiayaan kendaraan listrik. Indikator ini meliputi: Persyaratan pengajuan pembiayaan dan Kecepatan proses persetujuan pembiayaan. Semakin mudah persyaratan dan semakin cepat proses pengajuan, maka semakin tinggi tingkat aksesibilitas pembiayaan yang dirasakan konsumen.

b. Ketersediaan Skema Pembiayaan

Ketersediaan skema pembiayaan menunjukkan adanya berbagai pilihan pembiayaan yang dapat digunakan oleh konsumen untuk memperoleh kendaraan listrik. Contohnya: BSI Oto, Wuling Finance, BCA Finance, dan Maybank Finance.

Keberagaman skema pembiayaan memberikan fleksibilitas bagi konsumen dalam memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka.

c. Keterjangkauan Pembiayaan

Keterjangkauan pembiayaan berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam memenuhi kewajiban pembayaran pembiayaan. Indikator ini meliputi: Besaran uang muka (down payment), Besaran cicilan, dan Jangka waktu pembiayaan (tenor). Pembiayaan yang terjangkau akan meningkatkan minat dan kemampuan masyarakat untuk memiliki kendaraan listrik.

d. Manfaat Pembiayaan

Manfaat pembiayaan menunjukkan sejauh mana fasilitas pembiayaan memberikan keuntungan bagi konsumen. Indikator ini meliputi: Membantu proses pembelian kendaraan listrik, dan

Meningkatkan kemampuan konsumen untuk memiliki kendaraan listrik. Semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen, semakin tinggi kemungkinan konsumen memanfaatkan fasilitas pembiayaan dalam pembelian kendaraan listrik.

B. Pertumbuhan Bisnis

1. Pengertian Pertumbuhan Bisnis

Pertumbuhan bisnis adalah kondisi ketika suatu perusahaan terus mengalami peningkatan secara berkelanjutan, baik dari sisi penjualan, pendapatan, jumlah karyawan, maupun aset yang dimiliki. Pengertian ini mencakup aspek jumlah dan kualitas yang menunjukkan perkembangan organisasi serta keunggulan bersaing yang terbentuk seiring waktu¹⁸.

Menurut Philip Kotler, pertumbuhan bisnis merupakan perkembangan perusahaan yang ditandai dengan meningkatnya kemampuan perusahaan dalam memperluas pasar, meningkatkan penjualan, memperoleh pelanggan baru, serta meningkatkan keuntungan usaha. Sementara itu, menurut David Hunger, pertumbuhan bisnis merupakan hasil dari strategi perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitif¹⁹.

Pentingnya pertumbuhan bisnis dapat dilihat dari perannya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan nasional, dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Dengan bertambahnya skala

¹⁸ Tsymbaliuk, A. Vasylyk, and Kh Stoliaruk, "Green Human Resource Management Policies and Practices in Ukraine," *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 915, no. 1 (2021): 1–13, <https://doi.org/10.1088/1755-1315/915/1/012010>.

¹⁹ Ibid

usaha, perusahaan dapat mengelola sumber daya secara lebih efisien dan mengembangkan teknologi produksi yang lebih maju. Penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis yang cepat mampu mendorong perubahan besar dalam struktur pasar serta meningkatkan pemanfaatan modal untuk mendukung perluasan usaha²⁰. Perubahan ini menciptakan dinamika baru di dunia bisnis yang memengaruhi pola konsumsi dan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, pengukuran dampak pertumbuhan bisnis menjadi hal penting sebagai dasar dalam penyusunan strategi perusahaan dan kebijakan ekonomi.

2. Indikator Pertumbuhan Bisnis

Pertumbuhan bisnis menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar. Dalam penelitian ini, indikator pertumbuhan bisnis meliputi pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan aset, dan peningkatan laba²¹:

a. Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kotler, pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama dalam menilai perkembangan suatu bisnis karena mencerminkan tingkat penerimaan pasar terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan adanya peningkatan permintaan konsumen yang berdampak pada bertambahnya pendapatan perusahaan.

²⁰ Hendro Sugiarto, *Strategi Pertumbuhan Bisnis : Membangun Keunggulan Kompetitif Di Pasar*, 2025, <https://bookstore.takaza.id/product/strategi-pertumbuhan-bisnis/>.

²¹ Ibid

Peningkatan penjualan dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti strategi pemasaran yang efektif, kualitas produk yang baik, kemudahan akses pembiayaan, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk tertentu. Dalam konteks bisnis kendaraan listrik, pertumbuhan penjualan menunjukkan semakin tingginya minat masyarakat terhadap kendaraan ramah lingkungan²².

Pertumbuhan penjualan juga menjadi indikator penting dalam melihat keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Semakin tinggi tingkat penjualan, maka semakin besar peluang perusahaan untuk melakukan pengembangan bisnis, meningkatkan produksi, dan memperluas jaringan pemasaran. Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari meningkatnya jumlah transaksi kendaraan listrik pada PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto yang didukung oleh adanya fasilitas pembiayaan dari lembaga keuangan.

Tabel 2.1 pertumbuhan penjualan PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto

Bulan	Penjualan (Rp)	Selisih dari Bulan Sebelumnya (Rp)	Pertumbuhan (%)
Januari	185.000.000	-	-
Februari	192.500.000	7.500.000	4,05%

²² Hendro Sugiarto, *Strategi Pertumbuhan Bisnis : Membangun Keunggulan Kompetitif Di Pasar*, 2025, <https://bookstore.takaza.id/product/strategi-pertumbuhan-bisnis/>.

Bulan	Penjualan (Rp)	Selisih dari Bulan Sebelumnya (Rp)	Pertumbuhan (%)
Maret	201.000.000	8.500.000	4,42%
April	198.500.000	-2.500.000	-1,24%
Mei	210.000.000	11.500.000	5,79%
Juni	218.000.000	8.000.000	3,81%
Juli	224.500.000	6.500.000	2,98%
Agustus	221.000.000	-3.500.000	-1,56%
September	229.500.000	8.500.000	3,85%
Oktober	236.000.000	6.500.000	2,83%
November	244.500.000	8.500.000	3,60%
Desember	255.000.000	10.500.000	4,30%

Berdasarkan tabel simulasi penjualan bulanan PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto, diketahui bahwa penjualan cenderung mengalami peningkatan dari bulan ke bulan, meskipun terdapat penurunan pada bulan tertentu. Hal ini menunjukkan adanya fluktuasi penjualan yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal perusahaan

b. Pertumbuhan Pelanggan

Menurut Kotler, pelanggan merupakan aset penting bagi

perusahaan karena keberlangsungan bisnis sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pertumbuhan pelanggan menunjukkan adanya peningkatan jumlah konsumen yang menggunakan produk atau jasa perusahaan dalam periode tertentu²³.

Peningkatan jumlah pelanggan menandakan bahwa perusahaan mampu menarik minat masyarakat dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dalam bisnis kendaraan listrik, pertumbuhan pelanggan dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penggunaan kendaraan ramah lingkungan serta kemudahan pembiayaan yang diberikan lembaga keuangan²⁴.

Kotler juga menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan akan lebih mudah mempertahankan konsumen serta memperoleh pelanggan baru melalui rekomendasi dan citra positif perusahaan. Oleh karena itu, pertumbuhan pelanggan menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan strategi pemasaran dan pelayanan perusahaan. Dalam penelitian ini, pertumbuhan pelanggan dapat dilihat dari bertambahnya konsumen kendaraan listrik di PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto dari waktu ke waktu.

Tabel 2.2 Pertumbuhan Pelanggan PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto

²³ Hendro Sugiarto, *Strategi Pertumbuhan Bisnis : Membangun Keunggulan Kompetitif Di Pasar*, 2025, <https://bookstore.takaza.id/product/strategi-pertumbuhan-bisnis/>.

²⁴ Ibid

Bulan	Jumlah Pelanggan	Selisih dari Bulan Sebelumnya	Pertumbuhan (%)
Januari	42	-	-
Februari	45	3	7,14%
Maret	47	2	4,44%
April	46	-1	-2,13%
Mei	50	4	8,70%
Juni	52	2	4,00%
Juli	55	3	5,77%
Agustus	54	-1	-1,82%
September	57	3	5,56%
Oktober	60	3	5,26%
November	63	3	5,00%
Desember	67	4	6,35%

c. Pertumbuhan Aset

Menurut Kotler, pertumbuhan aset menunjukkan adanya peningkatan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan sumber daya yang dimiliki untuk mendukung kegiatan operasional bisnis. Aset perusahaan tidak hanya berupa uang atau modal, tetapi juga mencakup fasilitas usaha, teknologi, jaringan bisnis, serta sarana pendukung lainnya. Pertumbuhan aset mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melakukan ekspansi usaha dan meningkatkan kapasitas bisnis. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula peluang

perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan memperluas pasar²⁵.

Dalam bisnis kendaraan listrik, pertumbuhan aset dapat berupa peningkatan jumlah kendaraan yang dipasarkan, penambahan fasilitas showroom, peningkatan teknologi pelayanan, maupun kerja sama pembiayaan dengan lembaga keuangan. Pertumbuhan aset menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan dan memiliki kemampuan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Pertumbuhan aset terlihat dari berkembangnya aktivitas operasional dan meningkatnya kemampuan bisnis PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto dalam mendukung penjualan kendaraan listrik.

d. Peningkatan Laba

Menurut Kotler, laba merupakan tujuan utama kegiatan bisnis karena laba mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas usaha secara efektif dan efisien. Peningkatan laba menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan pendapatan sekaligus mengelola biaya operasional dengan baik.

Tabel 2.3 pertumbuhan laba PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto

Bulan	Laba Bersih (Rp)	Selisih dari Bulan Sebelumnya (Rp)	Peningkatan Laba (%)
Januari	28.000.000	-	-
Februari	29.500.000	1.500.000	5,36%
Maret	31.000.000	1.500.000	5,08%

²⁵ Hendro Sugiarto, *Strategi Pertumbuhan Bisnis : Membangun Keunggulan Kompetitif Di Pasar*, 2025, <https://bookstore.takaza.id/product/strategi-pertumbuhan-bisnis/>.

Bulan	Laba Bersih (Rp)	Selisih dari Bulan Sebelumnya (Rp)	Peningkatan Laba (%)
April	30.200.000	-800.000	-2,58%
Mei	32.500.000	2.300.000	7,62%
Juni	34.000.000	1.500.000	4,62%
Juli	35.500.000	1.500.000	4,41%
Agustus	34.800.000	-700.000	-1,97%
September	36.500.000	1.700.000	4,89%
Oktober	38.000.000	1.500.000	4,11%
November	40.000.000	2.000.000	5,26%
Desember	42.500.000	2.500.000	6,25%

Berdasarkan tabel peningkatan laba, PT Putra Perdana Indoniaga Mojokerto menunjukkan tren laba yang cenderung meningkat sepanjang tahun. Meskipun terdapat penurunan pada bulan April dan Agustus, secara keseluruhan perusahaan mengalami pertumbuhan laba yang positif.