BAB IV
ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1. Masalah

Setelah penulis melaksanakan kerja praktek, penelitian terhadap bahan kajian, serta mengadakan wawancara langsung kepada para *dealer* yang menangani call money secara langsung, maka penulis dapat meninjau masalah-masalah yang ada kalanya menjadi kendala:

1. Persaingan antar bank, instansi, atau perusahaan lain yang memberikan tawaran rate yang tinggi, sehingga terkadang dalam pelemparan dana ke pasar uang dihadapkan kepada dua pilihan. Di satu sisi mendapatkan keuntungan dari rate yang wajar walaupun pendapatan yang didapatkan tidak terlampau besar dan di sisi lain mendapatkan rate yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan besar kendati resiko tetap harus diperhitungkan. Mendapatkan keuntungan dari rate yang wajar di atas maksudnya adalah jika terjadi kondisi BTN mendapatkan pinjaman dana baik dari bank, instansi atau perusahaan dengan rate 38% pa. Kemudian dilempar ke pasar (pihak lain) misalnya bank X memiliki rate yang berlaku pada saat itu 38%, instansi Y memberlakukan ratenya yang berlaku pada saat itu 40% pa, sedangkan bank P yang dinilai riskan memberlakukan ratenya pada saat itu 43% pa. Maka pada kondisi tersebut BTN memilih instansi Y sebagai pelemparan dana tersebut. Kendati *spread* yang didapatkan sebesar 2% langkah tersebut dinilai sudah baik. Sepanjang counterpart (instansi Y) dinilai kredibel dan aman.
2. Belum banyaknya perusahaan yang mengenal call money, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang cukup produktif memasukkan dananya ke rekening giro dan deposito saja, padahal dengan memasukkan *idle funds* sementara dengan fasilitas call money mereka mendapat *spread* yang lebih besar, dan dilain pihak juga membantu bank tersebut dalam mendapatkan dana sehingga tercipta situasi yang saling menguntungkan/*mutual benefit relationship*.

3. Dengan adanya kegiatan penempatan dana pada bank, instansi atau perusahaan lain maka tingkat resiko yang mungkin banyak menjadi bahan pertimbangan adalah ketidak stabilan *money market line* apalagi bila periode terjadi pada kisaran waktu 22 Februari sampai 16 Maret 1999 sebelum pemerintah mengumumkan likuidasi bank, kecenderungan akan adanya kekhawatiran jika ditempatkan pada bank yang disinyalir bermasalah. Berbicara masalah resiko, ada beberapa resiko lain yang akan penulis kemukakan pada bagian berikutnya serta data dari Bank Indonesia mengenai klasifikasi bank yang dilikuidasi, Bank Take Over dan bank yang mengikuti program rekapitalisasi.

4.2. Analisa Masalah

Dari permasalahan-permasalahan yang telah dikemukakan di atas, berikut ini penulis akan menguraikan beberapa penyebab yang menjadi kendala:

1. Mengulas kembali pada pembahasan tingkat bunga pada bab II, bahwa terdapat hubungan antara tingkat bunga pada berbagai jangka waktu disebut sebagai *"term structure of interest rate"* Yield curve yg menaik (terjadi dalam keadaan recovery dan prosperity) terjadi apabila suku bunga jangka pendek lebih rendah daripada suku bunga jangka panjang, sedangkan yield curve yang menurun terjadi dalam keadaan sebaliknya (terjadi dalam keadaan resesi dan depresi). Artinya pada kondisi ekonomi seperti sekarang ini dimana bank-bank sibuk mencari dana untuk membiayai aktivitasnya, maka cenderung tingkat suku bunga yang ditawarkan menjadi tinggi. Strategi ini digunakan tiada lain untuk menstimulasi bank-bank lain untuk menempatkan dana dalam *account*nya.
2. Banyak perusahaan yang beranggapan bahwa deposito memegang peranan penting dalam memobilisasi *idle funds* mereka, seperti statement yang penulis kutip dari Ir. Kadarusman., MBA (Ketua Asosiasi Dana Pensiun Indonesia) dalam majalah pengembangan perbankan edisi ke-60 "... deposito setiap saat tersedia di setiap bank dalam pilihan jangka jatuh tempo yang sangat luas dan dalam jumlah berapa saja. Bahkan investasi pada deposito dengan mudah sekali di "roll over"

Cukup angkat telepon atau fax bereslah semua urusan." Memang sangat dimengerti statement di atas namun jika dilihat dari unsur profitabilitas, maka alangkah lebih menguntungkannya bagi kedua belah pihak apabila menyalurkan *idle funds* mereka dengan fasilitas call money. Pihak bank mempunyai untung dengan memperoleh tambahan likuiditas dan pihak yang kelebihan dana mempunyai tempat untuk menyalurkan dana. Bila ditelaah kembali penyebab hal ini adalah kurangnya promosi/informasi dari pihak perbankan.

3. Dalam setiap bentuk usaha selalu dihadapkan pada resiko, hal ini sudah merupakan hal yang biasa di manapun selalu terdapat resiko. Walaupun satu sama lainnya mempunyai bobot yang berbeda-beda. Menelaah penyebab dari kendala resiko yang mungkin timbul, berikut ini adalah beberapa resiko yang dapat penulis kemukakan.

   a. Resiko dari sifat usaha

   Di dalam masyarakat terdapat ribuan jenis usaha yang mempunyai sifat yang berbeda satu sama lainnya, di mana masing-masing mempunyai ciri-ciri khusus dalam melaksanakan kegiatannya. Dan kegiatan yang satu dengan yang lainnya pun juga mengandung tingkat resiko yang berbeda satu sama lainnya.

   Dari sifat-sifat usaha ini akan dapat diketahui tinggi/rendahnya tingkat resiko usaha dengan berbagai kriteria, antara lain:

   1. Turn over usaha makin tinggi maka semakin tinggi resikonya.
   2. Tingkat spesifikasi/kekhususan usaha, semakin khusus bidang usaha semakin tinggi resikonya.
   3. Investasi pada aktiva lancar modal/kerja, semakin besar investasi pada modal kerja maka resiko akan semakin tinggi dibandingkan dengan usaha yang investasi pada barang-barang modal.
   4. Usaha dengan padat modal pada negara berkembang akan mempunyai resiko yang lebih besar dibandingkan dengan usaha yang banyak mengerahkan tenaga. Tetapi sebaliknya pada negara yang maju usaha

padat karya akan mempunyai resiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha yang padat modal.

5. Karena memang sifat dari pekerjaannya itu sendiri yang mempunyai resiko tinggi, misalnya pengeboran minyak bumi di lepas pantai.

b. Resiko Geografis

Resiko ini erat hubungannya dengan bencana alam yang sering terjadi pada suatu lokasi usaha tertentu, misalnya:

- Industri di daerah gempa bumi
- Pertanian, industri di dekat muara sungai yang sering mengalami banjir setiap tahun pada musim hujan.

Tetapi ada juga resiko yang timbul bukan dari bencana alam tetapi karena faktor lingkungan. Resiko geographis ini juga dapat timbul karena tidak sesuainya pemilihan lokasi tempat usaha.

c. Resiko Politik

Kestabilan politik di suatu negara/daerah akan merupakan faktor yang cukup menentukan dalam keberhasilan kegiatan usaha. Oleh karena itu sebaiknya tidak perlu menempatkan dana kepada negara/daerah-daerah yang sedang ada pergolakan politik. Walaupun diakui banyak pula orang-orang yang berani mengambil resiko karena mengharapkan laba yang tinggi dalam situasi ini.

d. Resiko Uncertainty

Faktor ketidakpastian akan menimbulkan spekulasi, dan setiap usaha yang berupa spekulasi akan mengandung resiko yang tinggi karena segala sesuatunya tidak dapat direncanakan terlebih dahulu dengan baik. Resiko-resiko di atas biasanya dapat dirasakan tetapi sulit untuk dihitung besarnya dan kapan resiko tersebut akan datang. Namun informasi resiko untuk masing-masing jenis usaha ditinjau dari berbagai segi ini perlu pula mendapatkan perhatian dalam penyusunan penempatan dana agar dana yang

dipasarkan tersebut dapat tepat arah hingga mengurangi kegagalan dalam penempatan dana itu sendiri.

e. Resiko Inflasi

Bentuk resiko lain yang sifatnya abstrak adalah resiko karena adanya inflasi. Walaupun utang pokok dan bunga telah dibayar lunas oleh nasabah, tetapi pada masa inflasi yang tinggi bank telah menderita penurunan terhadap daya beli dari Rupiah yang dipinjamkan kepada pihak lain. Dengan demikian pada masa-masa inflasi ada suatu kebijaksanaan yang harus ditempuh, agar bank tersebut tetap dapat mempertahankan real capitalnya sesuai dengan purchasing power pada saat penempatan dana kepada pihak lain

f. Resiko persaingan

Resiko persaingan ini dapat berupa persaingan terhadap sesama bank yang menawarkan tingkat bunga yang kompetitif. Peningkatan jumlah dan jenis lembaga keuangan termasuk perbankan beserta jaringannya yang begitu pesat telah ikut menciptakan semakin beragamnya pilihan dan diversivikasi produk serta layanan jasa keuangan lainnya di satu pihak dan semakin kompleks dan tingginya persaingan di lain pihak.

4.3. Penyelesaian

Berdasarkan dari permasalahan-permasalahan yang penulis kemukakan di atas, maka follow up yang bisa menjadi salah satu jalan keluar adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi persaingan tawaran pemberian bunga dari bank lain, antisipasi BTN dalam permasalahan ini adalah bank BTN lebih memilih bank, instansi, perusahaan yang memberikan rate yang wajar saja, aman dan masih mendapat keuntungan dari selisihnya. Sebagai ilustrasi bank BTN mendapatkan pinjaman dana baik dari bank, instansi atau perusahaan dengan rate yang berlaku pada saat itu 38% pa, instansi Y memberlakukan ratenya pada saat itu 40% pa. Sedangkan bank P yang dinilai riskan memberlakukan ratenya pada saat itu 43% pa. Pada kondisi pasar seperti itu BTN memilih instansi Y sebagai pelemparan dana

tersebut. Kendati *spread* yang didapatkan sebesar 2% langkah tersebut dinilai sudah baik, sepanjang counterpart (instansi Y) dinilai kredibel dan aman.

Langkah penempatan dana pada suatu rate tertentu sebetulnya tidak ada strategi atau perhitungan yang terlalu rumit. Pengambilan keputusan untuk mendapatkan *spread* sebesar 2% didasarkan atas rate yang berlaku di pasar serta penilaian *money market line* kita yang kredibel dan aman. Sebagai limit yang dijadikan patokan BTN adalah, keuntungan sebesar 0.25%, artinya dikaitkan dengan kasus di atas, *spread* sebesar 0.25% memungkinkan transaksi bisa dilakukan dengan pihak lain.

2. Jika menelaah permasalahan dari belum banyaknya perusahaan mengenal call money. Praktis kurangnya informasi atau promosi dari pihak perbankan adalah salah satu penyebabnya. Penulis menyoroti penyelesaian permasalahan ini dari kajian *marketing mix (Product, Price, Place, Promotion)* serta ditambah dua hal penting yang dapat menjadi extra point yaitu keputusan pasar target dan keputusan pelayanan. Berikut ini ulasan dari masing-masing unsur marketing mix:

a. Keputusan pasar target *(Market Target)*

Menentukan perusahaan-perusahaan yang secara ekonomis berpotensi besar sebagai sasaran pemasaran produk. Langkah awal dapat dimulai dari melakukan riset pemasaran secara berkala terhadap sasaran perusahaan tersebut. Adalah penting dalam tahap ini untuk membuat citra *(image)* bank yang baik, karena disanalah kepercayaan terhadap bank mulai berperan. Pada waktu pelaksanaan *marketing research* tersebut bisa saja sekaligus melakukan promosi dengan kunjungan berkala *(visiting schedule)* pada "orang-orang kunci" perusahaan.

b. Keputusan pelayanan *(Service)*

Memperkirakan jenis pelayanan seperti apa yang cocok untuk mengejar perusahaan yang menjadi target agar bersedia menggunakan fasilitas call money pada bank kita. Disini diperlukan pelayanan yang sedikit berbeda atau dengan kata lain penyesuaian *(adjustment service)* dari berbagai macam perusahaan yang

menjadi calon lawan transaksi, mengingat bidang serta lingkup perusahaan mempunyai ragam jenis usaha.

c. Keputusan tingkat bunga *(price)*

Tingkat bunga dari para pesaing/bank lain merupakan faktor bersaing utama. Oleh karena itu bank terkadang mengadakan adu tawar dalam menentukan rate yang pantas dengan tujuan memikat para pengusaha untuk menempatkan dana pada bank kita.

d. Keputusan promosi *(Promotion)*

Menggunakan alat promosi biasa yaitu periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitas. Jika dikaitkan dengan pokok pembahasan, pemasaran call money lebih baik apabila dilakukan penjualan perorangan atau publisitas langsung menuju sasaran yang telah direncanakan karena sifat dari pemasaran ini lebih profesional dan tepat sasaran, sedangkan periklanan bisa dilakukan untuk memperkenalkan eksistensi dari bank tersebut yang pada akhirnya menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk menggunakan jasa bank. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan seminar, diskusi panel dan kegiatan edukatif lainnya.

e. Penentuan lokasi *(Place)*

Merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik costumer. Memilih daerah strategis, apakah menempatkan beberapa cabang bank dalam banyak lokasi atau menempatkan cabang bank besar dalam lokasi yang lebih sedikit jumlahnya.

f. Pilihan produk *(Product)*

Menentukan produk yang akan di launch pada sasaran kita sebelumnya, tentunya sudah jelas call money tetapi tidak menutup kemungkinan bagi para calon nasabah untuk menggunakan jasa lain.

3. Ketidak stabilan *money market line* pada suatu badan usaha mengakibatkan keraguan *(dobius)* pada saat akan diadakan transaksi, hal ini dapat terjadi karena lawan transaksi mengalami kredibilitas yang menurun, kinerja pengurus

(komisaris dan direksi) serta kelangsungan perusahaan yang diragukan. Seperti terjadi pada saat likuidasi 38 bank tempo hari, Praktis bank BTN menjadi lebih selektif untuk memilih lawan transaksinya khususnya kalangan perbankan. Memilih bank pemerintahan yang relatif aman sebagai lawan transaksi pelemparan dana adalah salah satu jalan keluarnya. Menyinggung masalah likuidasi 38 bank dalam rangka penyehatan perbankan, penulis mengangkat list tersebut sebagai *ekstra judgement* bagi bank jika hendak melakukan penempatan dana ke pihak yang sama (bank). Secara praktis menghindari atau dengan kata lain tidak melakukan transaksi dengan pihak bank yang dikhawatiran menimbulkan masalah.

No. Urut	Kategori	No. SK. Dir. BI Tentang Penghentian Sementara PT. Bank XXXX Sebagai Peserta Kliring Lokal Tgl.13.3.1999	Nama Bank	Sandi Bank Peserta Kliring
1	B	No. 31/232/KEP/DIR	PT. Bank Central Dagang	018 – XXXX
2	C	No. 31/241/KEP/DIR	PT. Bank Pesona Kriyadana	024 – XXXX
3	B	No. 31/250/KEP/DIR	PT. Bank UPPINDO	065 – XXXX
4	C	No. 31/227/KEP/DIR	PT. Bank Asia Pacific	074 – XXXX
5	B	No. 31/277/KEP/DIR	PT. Bank Bahari	078 – XXXX
6	B	No. 31/265/KEP/DIR	PT. Bank Mashill Utama	083 – XXXX
7	B	No. 31/248/KEP/DIR	PT. Bank Umum Servitia	086 – XXXX
8	B	No. 31/285/KEP/DIR	PT. Ficorinvest Bank	092 – XXXX
9	C	No. 31/240/KEP/DIR	PT. Bank Papan Sejahtera	094 – XXXX
10	B	No. 31/262/KEP/DIR	PT. Bank Dharmala	098 – XXXX
11	B	No. 31/237/KEP/DIR	PT. Bank Indonesia Raya	099 – XXXX
12	C	No. 31/273/KEP/DIR	PT. Bank Yakin Makmur	140 – XXXX
13	C	No. 31/255/KEP/DIR	PT. Bank Lautan Berlian	141 – XXXX
14	B	No. 31/254/KEP/DIR	PT. Bank Kharisma	142 – XXXX
15	C	No. 31/272/KEP/DIR	PT. Bank Namura Internusa	143 – XXXX
16	B	No. 31/233/KEP/DIR	PT. Bank Dagang dan Industri	148 – XXXX
17	C	No. 31/274/KEP/DIR	PT. Hastin Internasional Bank	149 – XXXX
18	C	No. 31/247/KEP/DIR	PT. Bank Tata Internasional	154 – XXXX
19	C	No. 31/246/KEP/DIR	PT. Putra Surya Perkasa	163 – XXXX
20	B	No. 31/230/KEP/DIR	PT. Bank Baja Internasional	165 – XXXX
21	B	No. 31/281/KEP/DIR	PT. Bank Dewa Rutji	329 – XXXX
22	C	No. 31/238/KEP/DIR	PT. Bank Intan	367 – XXXX
23	B	No. 31/276/KEP/DIR	PT. Bank Arya Panduarta	388 – XXXX
24	C	No. 31/280/KEP/DIR	PT. Bank Dana Asia	455 – XXXX
25	C	No. 31/226/KEP/DIR	PT. Bank Aken	476 – XXXX

26	B	No. 31/284/KEP/DIR	PT. Bank Sino	486 – XXXX
27	C	No. 31/236/KEP/DIR	PT. Bank Danahutama	500 – XXXX
28	B	No. 31/275/KEP/DIR	PT. Bank Alfa	510 – XXXX
29	C	No. 31/256/KEP/DIR	PT. Bank Sewu Internasional	514 – XXXX
30	B	No. 31/282/KEP/DIR	PT. Bank Metropolitan Raya	544 – XXXX
31	B	No. 31/279/KEP/DIR	PT. Bank Ciputra	549 – XXXX
32	B	No. 31/278/KEP/DIR	PT. BANK BEPEDE Indonesia	550 – XXXX
33	B	No. 31/260/KEP/DIR	PT. Bank Bumi Raya Utama	556 – XXXX
34		No. 31/283/KEP/DIR	PT. Bank Sembada Artanugroho	557 – XXXX
35	B	No. 31/286/KEP/DIR	PT. Indomitra Development Bank	560 – XXXX
36	C	No. 31/259/KEP/DIR	PT. Bank Budi Internasional	561 – XXXX
37	C		PT. Bank Orient	
38	C		PT. Bank Gajah Perkasa	

Bank Take Over:

No	Nama Bank
1	Bank Duta
2	BNN
3	Bank Risjad Salim Internasional
4	Bank Tamara
5	Bank Pos Nusantara
6	Jaya Bank Internasional
7	Bank Rama

Bank yang mengikuti program rekapitalisasi:

No	Nama Bank
1	Bank Lippo
2	Bank Internasional Indonesia
3	Bank Bali
4	Bank Koperasi Indonesia
5	Bank Niaga
6	Bank Universal
7	Bank Prima Express
8	Bank Arta Media
9	Bank Patriot


INDONESIAN GERMANY INSTITUTE
I G I