

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu kebutuhan primer manusia adalah kebutuhan tempat tinggal atau biasa disebut kebutuhan papan. Semakin meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, semakin meningkat pula kebutuhan lahan untuk tempat tinggal para penduduk. Hal ini menjadi penyebab terus meningkatnya bisnis properti di Indonesia. Berdasarkan laporan Survei Harga Properti Residensial Bank Indonesia (BI) penjualan properti residensial triwulan I 2019 tumbuh sebesar 23,77% dibanding triwulan sebelumnya¹⁾. Di samping meningkatnya kebutuhan masyarakat, bisnis properti juga masih menjadi salah satu pilihan investasi terbaik karena nilainya yang selalu mengalami kenaikan setiap tahun.

Meningkatnya bisnis properti secara signifikan juga terlihat di Bogor. Letak Kota Bogor yang dekat dengan kawasan ibu kota, banyak yang menjadikan Bogor sebagai lokasi yang tepat untuk ditinggali. Selain itu, banyak juga para investor yang melirik wilayah ini sebagai sarana berinvestasi khususnya dalam bidang properti. Meningkatnya bisnis properti di Bogor juga dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan properti baru yang bermunculan, salah satunya PT. Langit Property Indonesia yang berdomisili di Kota Bogor. Kehadiran perusahaan-perusahaan properti baru di Indonesia khususnya di Kota Bogor tentu saja membuat persaingan dalam dunia properti menjadi semakin ketat sehingga menuntut tiap perusahaan agar membuat terobosan baik dalam hal pelayanan maupun produk atau jasa yang diterbitkan, serta memberikan berbagai kemudahan untuk dapat menarik minat konsumen.

Salah satu bentuk pelayanan dan kemudahan yang disediakan oleh beberapa perusahaan properti untuk menarik minat konsumen yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR). KPR adalah suatu cara untuk dapat membeli rumah atau kebutuhan konsumtif lainnya dengan cara kredit. Pada prosesnya, perusahaan properti menjual rumah kepada konsumen dengan sistem kredit dengan jangka waktu yang telah disepakati oleh perusahaan dan konsumen. KPR juga dikenal dengan perusahaan pembiayaan. Mengacu pada pasal 1 angka 2 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah, perusahaan pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang dan/atau jasa. Di Indonesia terdapat dua sistem perusahaan pembiayaan, yaitu pembiayaan konvensional dan pembiayaan syariah. Perbedaan antara pembiayaan konvensional dengan syariah yaitu bahwa sistem syariah mendasarkan prosesnya pada prinsip-prinsip syariah. Didasarkan pada ketentuan pasal 1 angka 6 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah, prinsip syariah adalah ketentuan hukum Islam berdasarkan fatwa dan/atau pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Secara teknis, perbedaan paling jelas antara sistem Kredit Pemilikan Rumah (KPR) konvensional dengan syariah

¹⁾ Bank Indonesia, “Rata-rata penjualan rumah tumbuh 24% pada kuartal I 2019”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/09/rata-rata-penjualan-rumah-tumbuh-24-pada-kuartal-i-2019>, (diakses pada 13 September, 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

yaitu terdapat bunga dan sistem denda apabila konsumen terlambat melakukan pembayaran pada sistem KPR konvensional, sedangkan pada sistem KPR syariah tidak terdapat bunga dan denda.

Sebagai perusahaan *developer* properti, PT. Langit Property Indonesia juga menyediakan kemudahan bagi para konsumennya, yaitu KPR dengan sistem syariah. Sistem KPR di PT. Langit Property Indonesia tanpa melibatkan bank dengan prinsip jual beli sesuai syariat agama Islam. Selain itu, KPR di PT. Langit Property Indonesia juga tidak terdapat bunga, denda atau sita apabila konsumen terlambat membayar cicilan.

Pelaksanaan KPR perlu adanya upaya yang dilakukan agar pembayaran cicilan dari konsumen tetap berjalan lancar dan tepat waktu. Konsumen perlu diingatkan agar melakukan pembayaran cicilan setiap bulan. Pembayaran cicilan yang tidak lancar dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, PT. Langit Property Indonesia membuat satu divisi yang secara khusus memiliki tugas untuk mengingatkan dan menagih konsumen serta memastikan konsumen yang memiliki cicilan melakukan pembayaran setiap bulan dengan tepat waktu. Adapun divisi tersebut bernama *Collection*.

Penagihan kepada konsumen diperlukan adanya bentuk komunikasi yang baik agar terjalinnya hubungan yang baik pula antara konsumen dengan perusahaan sehingga tujuan yang hendak dicapai pun dapat diraih dengan mudah. Orang yang bertugas menagih konsumen (*collector*) harus lebih mengedepankan upaya komunikatif dibandingkan dengan menggunakan cara kekerasan seperti yang diasumsikan oleh banyak orang. Oleh karena itu seorang *collector* harus memiliki keterampilan komunikasi agar terjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Seorang *collector* harus menyiapkan strategi dalam berkomunikasi dengan konsumen agar tujuan konsumen membayar cicilannya dapat tercapai.

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media sehingga menimbulkan efek tertentu. Komunikator memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Komunikasi akan berlangsung efektif apabila komunikator melakukan peranannya dengan memahami informasi atau segala hal yang menjadi pokok pembahasan untuk mengarah pada kesepakatan dan kesatuan pendapat (Tatang, 2016). Salah satu langkah mewujudkan komunikasi yang berkualitas dan efektif adalah dengan menentukan strategi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Effendi (2008) strategi komunikasi adalah faktor penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif.

Strategi komunikasi dalam proses menagih konsumen menjadi penting agar tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Penerapan strategi juga perlu mempertimbangkan komponen apa saja yang diperlukan dalam berkomunikasi dengan konsumen yang berbeda-beda. Menagih konsumen dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat akan menciptakan pola komunikasi dan interaksi sehingga akan menentukan apakah seorang *collector* melalui pesan yang disampaikan menggunakan strategi yang telah disiapkan dapat membuat konsumen membayar cicilannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah untuk Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses pelayanan konsumen di PT. Langit Property Indonesia?
- 2) Bagaimana strategi komunikasi penagihan konsumen di PT. Langit Property Indonesia?

Tujuan

Tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menguraikan proses pelayanan konsumen di PT. Langit Property Indonesia.
- 2) Menguraikan strategi komunikasi penagihan konsumen di PT. Langit Property Indonesia.



METODE
Sekolah Vokasi
 College of Vocational Studies
Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan untuk menulis Laporan Akhir ini dilaksanakan di PT. Langit Property Indonesia yang beralamat di Jalan K.H Abdullah Bin Nuh, Ruko Baru, Cilendek, Bogor. Waktu pengumpulan data dan informasi dilakukan pada saat dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan (PKL) dalam waktu kurang lebih selama 2 (dua) bulan terhitung sejak 24 Juni 2019 sampai dengan 10 Agustus 2019.

Data dan Instrumen

Data adalah fakta yang sudah ditulis dalam bentuk catatan atau direkam ke dalam berbagai bentuk media. Menurut cara memperolehnya, data terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara mengukur atau mengumpulkan langsung dari sumbernya. Data primer yang dikumpulkan yaitu proses pelayanan konsumen di PT. Langit Property Indonesia, strategi komunikasi penagihan konsumen, dan gangguan komunikasi penagihan yang dialami oleh divisi *collection* di PT. Langit Property Indonesia.

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari pengukuran langsung tetapi menggunakan data hasil pengukuran atau yang dikumpulkan pihak lain. Dalam Laporan Akhir ini data sekunder yang dikumpulkan yaitu *company profile* perusahaan, data jumlah uang masuk konsumen, data cicilan konsumen, dokumen Perjanjian Pengikat Jual Beli (PPJB), kuitansi pembayaran konsumen, dan *site plan* atau denah lokasi masing-masing proyek perumahan.

Instrumen adalah alat-alat yang digunakan untuk mengukur, menakar,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.