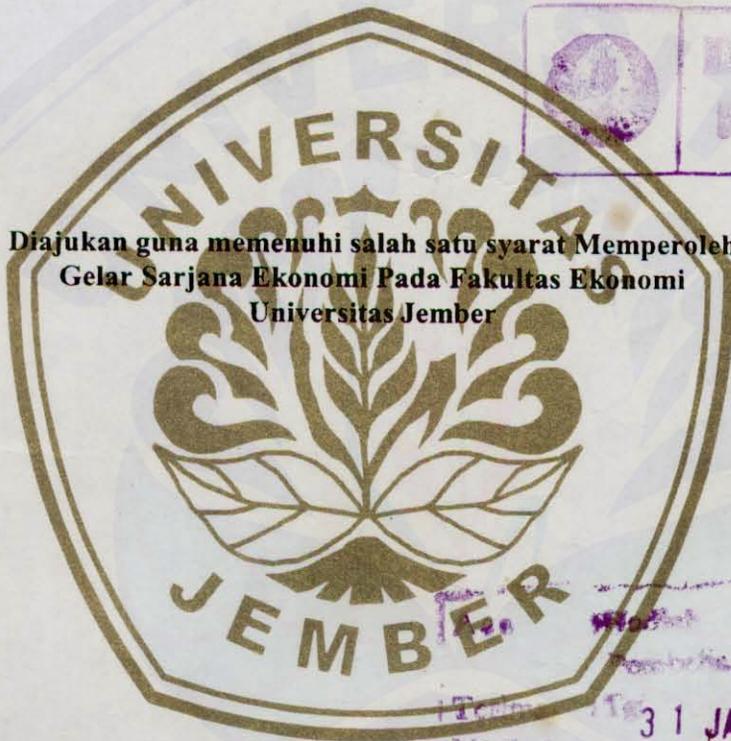


**ANALISIS EFEKTIVITAS INVESTASI PIUTANG  
PADA PT. SUMBER NYALA SAMUDERA DI MUNCAR**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember



Oleh :

**TRI PRASETYO PRABOWO**

NIM : 020810291748

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2004**

## JUDUL SKRIPSI

ANALISIS EFEKTIVITAS INVESTASI PIUTANG  
PADA PT. SUMBER NYALA SAMUDERA DI MUNCAR

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : TRI PRASETYO PRABOWO

N. I. M. : 020810291748

Jurusan : MANAJEMEN

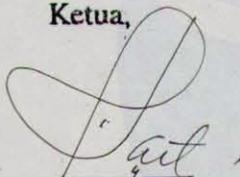
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

12 JULI 2004

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### Susunan Panitia Penguji

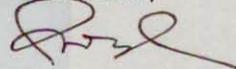
Ketua,



Dra. Hj. Suhartini Sudjak

NIP. 130 368 797

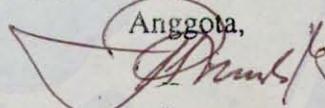
Sekretaris,



Dra. Dewi Prihatini, MM.

NIP. 132 056 181

Anggota,



Drs. Tatang AG., M.Buss., Acc., Ph.D.

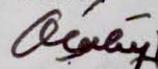
NIP. 131 960 488

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. H. Liakip, SU.

NIP. 130 531 976



**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Investasi Piutang Pada PT. Sumber Nyala  
Samudra Di Muncar

Nama Mahasiswa : TRI PRASETYO PRABOWO

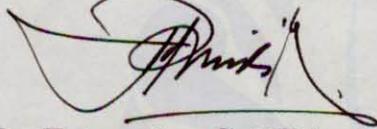
NIM : 020810291748

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

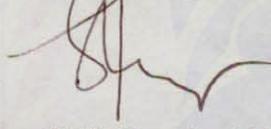
---

Pembimbing I



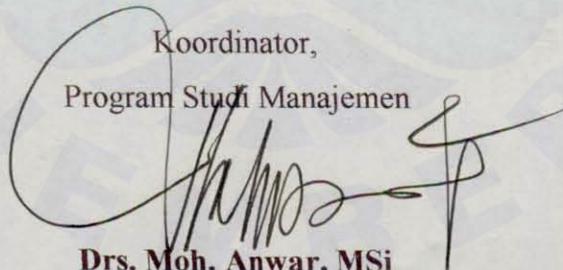
**Dr. Tatang Ary G, MBA**  
NIP : 131 960 488

Pembimbing II



**Dra. Lilik Farida, MSi**  
NIP : 131 832 328

Koordinator,  
Program Studi Manajemen



**Drs. Moh. Anwar, MSi**  
NIP : 131 759 767

Tanggal Persetujuan : Juli 2004

## MOTTO

“ Sesungguhnya umat akan mulia dan jaya bila masih memiliki akhlaq yang mulia dan hilanglah kemulyaan dan kejayaan itu bila hilang akhlaqnya” (hadist nabi Muhammad SAW)

“ Rasa sayang dan benci janganlah dijadikan suatu ukuran, karena rasa sayang menutupi mata dari melihat cacat dan keburukannya, sehingga yang tampak adalah yang baik-baik saja, dan rasa benci menutupi mata dari kebaikan, sehingga yang tampak adalah yang jelek-jelek saja. Oleh karena itu perasaan janganlah mengalahkan akal” (BUYA HAMKA)

“ Kita harus belajar untuk menjadi sahabat terbaik bagi diri kita, karena kita terlalu mudah untuk menjadi musuh terbesar bagi diri kita sendiri” (Roleride Thorpe)

## Persembahan

Dengan rasa syukur dan bahagia ku persembahkan karya ini kepada :

- \* Ayah dan Ibuanda kuhaturkan rasa sayang dan terima kasih atas segala dukungan dengan iringan doa
- \* Saudara - saudaraku yang aku sayangi mbak endah, mbak nuki, rini dan yayan
- \* Sahabatku Mohammad Azad atas dukungan, bantuan dan nasihatnya selama ini aku cuma bisa mengucapkan terima kasih banyak
- \* Sahabatku Tutik dan Yusron terima kasih atas dukungan dan nasihatnya
- \* Sahabat lainnya yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu
- \* Teman - teman manajemen extension angkatan 2002
- \* Almamater yang kubanggakan

## ABSTRAKSI

PT. Sumber Nyala Samudra adalah perusahaan yang memproduksi dan sekaligus memasarkan udang, baik udang putih maupun udang windu. Dalam menghadapi persaingan yang ketat perusahaan menggunakan strategi penjualan dengan menjual produknya sebagian dengan cara tunai dan sebagian lagi dengan cara kredit dengan perbandingan komposisi tertentu. Dengan adanya kebijaksanaan penjualan kredit berarti memperbesar piutang perusahaan.

Penelitian ini mengambil obyek PT. Sumber Nyala Samudra di Muncar, periode yang dianalisis adalah data dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2003. Metode penelitian yang digunakan adalah diskriptif yang digunakan untuk memecahkan persoalan yang ada sekarang dan kemudian memprediksi keadaan di masa yang akan datang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tambahan investasi piutang tahun 2004 dan mengetahui efektivitas investasi dalam piutang apabila dikaitkan dengan perolehan laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari perhitungan ramalan penjualan tahun 2004 sehubungan dengan peningkatan prosentase volume penjualan kredit menjadi 70% maka penjualan kredit untuk udang putih sebesar 44.450 kg dengan harga jual per kg Rp 29.578,5 dan untuk udang windu sebesar 23.170 kg dengan harga jual per kg 39.729,-. Dengan adanya kebijaksanaan kredit tersebut, mengharuskan perusahaan menyediakan dana tambahan untuk investasi piutang sebesar Rp 76.105.340,04 dengan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan sebesar Rp 26.884.546,52. Keuntungan ini jauh diatas biaya yang harus dikeluarkan yaitu sebesar Rp 16.430.539,92. Kebutuhan dana tersebut dapat dipenuhi dengan modal sendiri atau modal asing (kredit bank), walaupun dengan kredit bank itu tetap menguntungkan tetapi karena perhitungan rate of return menghasilkan 32,7% jauh diatas bunga bank yang sebesar 19%. Tetapi jika perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana tersebut dengan modal sendiri jauh lebih menguntungkan.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini bahwa investasi dalam piutang dengan adanya kenaikan penjualan kredit adalah efektif, karena tambahan keuntungan yang diperoleh masih lebih besar dari tambahan biaya yang dikeluarkan. Kebijaksanaan investasi dalam piutang yang dilakukan adalah menguntungkan. Hal ini dikarenakan rate of return yang dicapai lebih besar dari tingkat bunga bank yang berlaku saat ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobil'amin, puji struktur kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar dalam ilmu ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Selama penulisan skripsi yang berjudul Analisis Efektivitas Investasi pada PT. Sumber Nyala di Muncar mulai dari penyusunan proposal penelitian sampai terselesainya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini tidaklah berlebihan jika penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Drs. H. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Dr. Tatang Ari G, MBA selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
3. Dra. Lilik Farida, MSi, selaku dosen pembimbing II atas segala bimbingan dan motivasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
4. Seluruh staf dan karyawan PT. Sumber Nyala Samudera di Muncar yang telah memberi ijin penelitian dan telah banyak memberikan informasi selama penelitian.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Extension Universitas Jember.
6. Ayah dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat dan dorongan dengan iriangan do'a.
7. Saudara-saudaraku Mbak Endah dan Mbak Nuki serta Rini dan Yayan.
8. Sahabatku Muhammad Azad yang telah memberikan bantuan, dorongan dan saran, aku cuma bisa mengucapkan terima kasih banyak.
9. Sahabatku Tutik dan Yusron terima kasih atas dukungan dan nasehatnya.
10. Sahabat-sahabatku yang kusayangi yang nggak bisa aku sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangannya. Terima kasih kepada semua pihak yang telah menyumbangkan pikiran dalam penulisan skripsi ini, semoga amal perbuatan kita mendapat ridho dan balasan dari Allah SWT.

Akhir kata, harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Amin Ya Robal'alamin

Jember, Juli 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	1
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	3
1.4 Batasan Masalah .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	5
2.2 Landasan Teori .....	6
2.2.1 Pengertian Penjualan .....	6
2.2.2 Pengertian Piutang .....	7
2.2.3 Investasi Dalam Piutang .....	8
2.2.4 Kebijakan Penjualan Kredit .....	12
2.2.5 Kebijaksanaan Penagihan .....	15
2.2.6 Penilaian Resiko Kredit dan Penyaringan Para Pelanggan .....	15
2.2.7 Contributon Margin .....	18
2.2.8 Pemisahan Biaya Semi Variabel .....	22

2.2.9 Analisis Rate of Return .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3 Definisi Operasional .....	24
3.4 Metode Analisa Data .....	25
3.5 Kerangka Pemecahan Masalah .....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
4.1 Gambaran Umum PT. Sumber Nyala Samudera di Muncar ...	30
4.1.1 Struktur Organisasi .....	30
4.1.2 Aspek Personalia .....	33
4.1.2.1 Sistem Gaji dan Upah .....	33
4.1.2.2 Hari dan Jam Kerja .....	34
4.1.3 Aspek Produksi .....	35
4.1.3.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong .....	35
4.1.3.2 Peralatan yang Digunakan .....	35
4.1.3.3 Proses Produksi .....	36
4.1.4 Aspek Pemasaran .....	39
4.1.5 Volume Penjualan .....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Kebutuhan Tambahan Investasi Piutang .....	42
4.2.2 Menghitung Efektivitas Investasi Piutang .....	45
4.3 Pembahasan .....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	50
5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

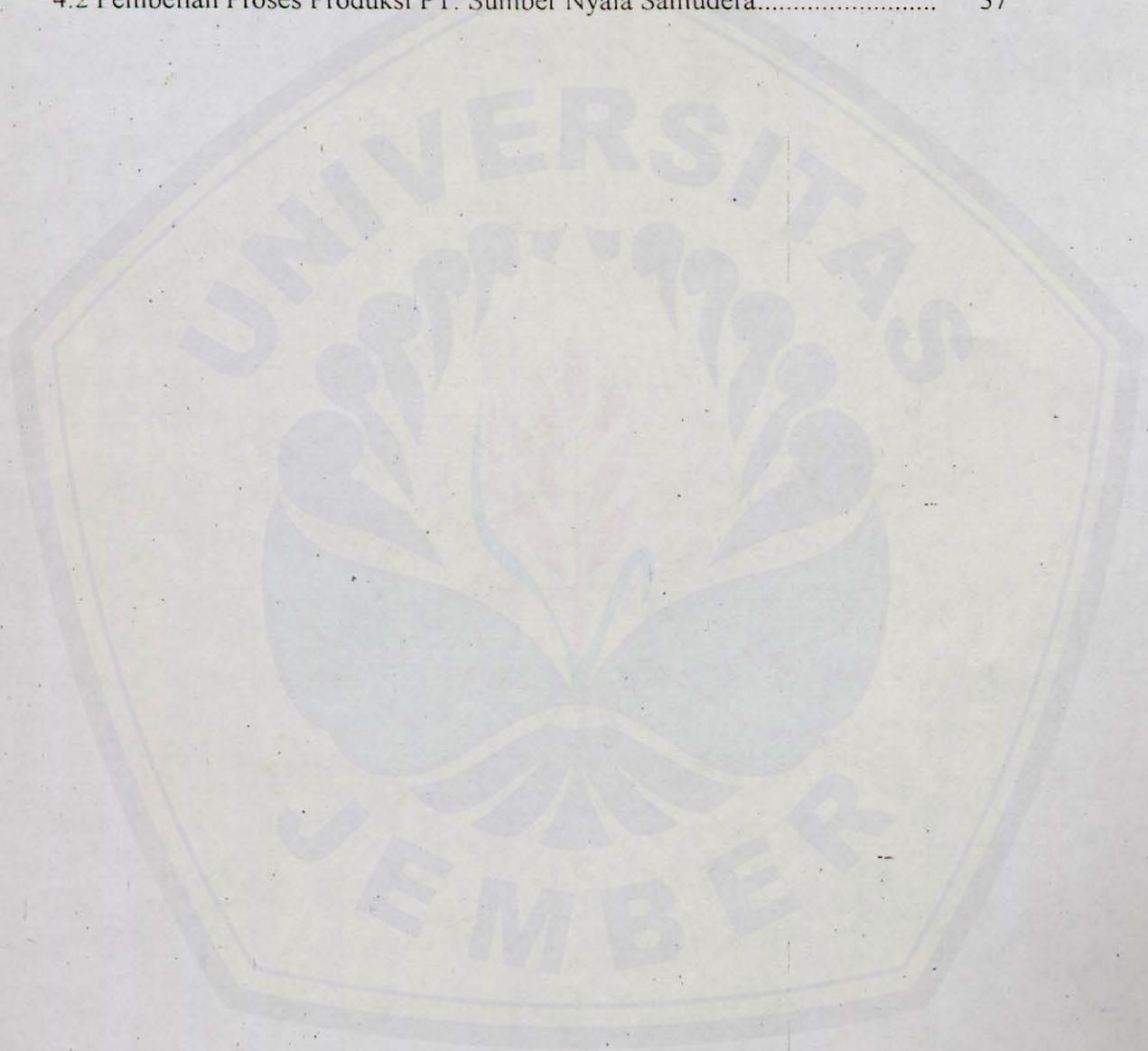
DAFTAR TABEL

Tabel	
4.1 Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja dan Rata-rata Upah Per Hari Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	34
4.2 Perkembangan Harga Rata-rata dan Bahan Baku Rata-rata Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	35
4.3 Perkembangan Volume Produksi Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	38
4.4 Perkembangan Biaya Produksi, Administrasi dan Umum Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	38
4.5 Perkembangan Harga Jual Kredit Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	39
4.6 Perkembangan Biaya Pemasaran Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	40
4.7 Perkembangan Volume Penjualan Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	41
4.8 Jumlah Piutang Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	41
4.9 Jumlah Piutang Tak Tertagih Tahun 2002 Sampai Dengan Tahun 2003 ..	42
4.10 Rencana Penjualan Kredit Tahun 2004 .....	42
4.11 Total Biaya Variabel .....	44
4.12 Perhitungan Alokasi Biaya Variabel Per Kg Tahun 2004 .....	44
4.13 Perhitungan Tambahan Investasi Piutang Tahun 2004 .....	45
4.14 Contribution Margin Per Kg Udang Tahun 2004 .....	46
4.15 Perhitungan Tambahan Penjualan Kredit Hutang Tahun 2004 .....	46
4.16 Perkembangan Penjualan Kredit dan Piutang Tak Tertagih Tahun 2000 sampai dengan 2003 .....	47

DAFTAR GAMBAR

**Gambar**

3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	28
4.1 Struktur Organisasi PT. Sumber Nyala Samudera .....	31
4.2 Pembelian Proses Produksi PT. Sumber Nyala Samudera.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Perkembangan Biaya Produksi, Administrasi dan Umum dan Pemasaran Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	52
2. Perhitungan Ramalan Penjualan Udang Tahun 2004.....	53
3. Perhitungan Ramalan Harga Jual Tahun 2004.....	56
4. Perhitungan Ramalan Harga Benur Tahun 2004.....	58
5. Perhitungan Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya FOH Semi Variabel Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003 .....	60
6. Perhitungan Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya Administrasi dan Umum Semi Variabel Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003.....	61
7. Perhitungan Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya Pemasaran Semi Variabel Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003.....	62
8. Kartu Konsultasi.....	63

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Pada umumnya perusahaan berorientasi pada keuntungan atau laba sebab laba dapat menjamin kehidupan perusahaan. Dengan mendapatkan keuntungan berarti perusahaan dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik. Dalam usahanya untuk mencapai tujuan tersebut manajemen perusahaan harus mampu mengkoordinasikan semua kegiatan operasional perusahaan yaitu pemasaran, keuangan, produksi, personalia serta administrasi dan umum, supaya perusahaan dapat berjalan secara efisien dan efektif perlu dilaksanakan dengan fungsi manajemen. Dalam usahanya untuk memperoleh laba perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pemasaran, yaitu penjualan yang merupakan salah satu penentu keuntungan atau laba.

Meningkatkan penjualan perusahaan tidaklah mudah karena adanya faktor pesaing. Setiap perusahaan akan berusaha secara optimal agar penjualannya terus meningkat. Salah satu faktor untuk meningkatkan penjualan yaitu melakukan penjualan secara kredit. Dengan demikian persaingan akan semakin ketat, persaingan yang keras akan memaksa perusahaan untuk lebih banyak melakukan penjualan secara kredit sehingga memperbesar piutang perusahaan. Sebaliknya, persaingan yang lebih lunak akan memungkinkan perusahaan memperkecil piutang perusahaan.

Dengan adanya penjualan kredit akan meningkatkan permintaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan maupun keuntungan atau laba. Namun dengan adanya penambahan piutang maka akan ada biaya serta meningkatnya resiko piutang tak tertagih.

PT.Sumber Nyala Samudra adalah perusahaan perseroan yang bergerak dibidang perikanan khususnya budidaya udang, didirikan dengan tujuan memperoleh laba yang telah ditetapkan. Dimana dalam kegiatan produksinya menghasilkan produk utama berupa udang putih dan udang windu. Dalam perkembangannya, permintaan produk selalu meningkat.



PT Perseoratan  
UNIVERSITAS JEMBER

Diketahui bahwa perkembangan perusahaan yang bergerak dibidang budidaya udang sangat pesat, oleh karena itu perusahaan harus mampu membuat strategi dalam pencapaian tujuan tersebut. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah salah satu fungsi pemasaran yaitu penjualan yang berkaitan dengan kebijaksanaan penjualan kredit. Untuk mempertahankan peningkatan di satu pihak dan pesaing dilain pihak, PT. Sumber Nyala Samudra melaksanakan kebijaksanaan penjualan kredit yang akan berpengaruh langsung pada piutang yaitu adanya tambahan investasi yang diharapkan untuk dapat meningkatkan perolehan keuntungan perusahaan.

Untuk memperoleh berapa tambahan dana yang diharapkan maka perusahaan melakukan kebijaksanaan penjualan dengan komposisi 40% dari volume penjualan dijual secara tunai dan 60% dijual secara kredit. Supaya perusahaan memperoleh tambahan dana yang lebih besar maka untuk periode tahun 2004 PT.Sumber Nyala Samudra merencanakan perubahan kebijaksanaan penjualan dengan komposisi 30% dijual secara tunai dan 70% dijual secara kredit.

Penanaman investasi dalam piutang perlu suatu pertimbangan yang matang disamping membutuhkan dana yang besar, investasi dalam piutang mengandung resiko tidak terbayarnya piutang tersebut. Oleh karena itu dalam penambahan investasi perlu diperhitungkan tingkat efektivitas penanaman investasi. Dengan adanya penambahan investasi diharapkan dapat meningkatkan kontribusi margin atau laba kotor.

Tingkat keuntungan tersebut adalah keuntungan dari adanya penambahan investasi piutang, sedangkan efektivitas dari nilai pembagian tambahan keuntungan dengan tambahan investasi piutang yang kemudian diperbandingkan dengan *rate of return* yang disyaratkan maka penambahan investasi piutang dapat dikatakan efektif dan jika sebaliknya maka penambahan investasi piutang tidak efektif.

Beberapa penelitian sejenis yang berkaitan dengan penjualan kredit yaitu penelitian yang dilakukan oleh Endang Kuswahyuningsih (1997) pada perusahaan tape Super Madu di Jember yang diperoleh kesimpulan bahwa kebijaksanaan investasi piutang menyebabkan peningkatan keuntungan. Penelitian berikutnya

dilakukan oleh Bambang Suyono (1996) pada Hawaii La Monde dan Cola Di Banyuwangi penelitiannya menunjukkan bahwa investasi dalam piutang dengan adanya kenaikan penjualan kredit adalah efektif. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya di atas maka penelitian ini mengambil judul “ Analisis Efektivitas Investasi Piutang Pada PT. Sumber Nyala Samudra Di Muncar “.

## **1.2 Pokok Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Sumber Nyala Samudra yaitu sebagai berikut :

1. Berapa kebutuhan tambahan investasi piutang tahun 2004, dan
2. Apakah tambahan investasi piutang itu efektif apabila dikaitkan dengan perolehan laba ?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui tambahan investasi piutang tahun 2004, dan
2. Untuk mengetahui efektivitas investasi dalam piutang apabila dikaitkan dengan perolehan laba.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa kegunaan, antara lain:

1. Sebagai bahan pertimbangan dan dasar pemikiran bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan terhadap investasi piutang,
2. Sebagai pemikiran yang lebih luas dari kalangan akademis untuk menyempurnakan atau melengkapi penelitian ini, dan
3. Sebagai bahan informasi dan acuan dalam penelitian, khususnya penelitian yang sejenis.

#### 1.4 Batasan masalah

Untuk memperoleh ruang lingkup pembahasan yang dianalisis serta menghindari penyimpangan pembahasan maka masalah yang dianalisis terbatas pada jenis produk.



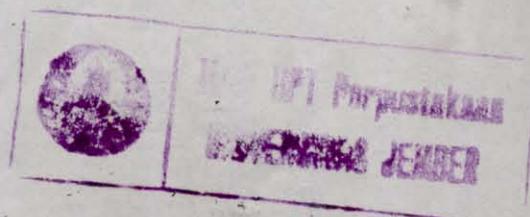
## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian lain yang dilakukan berkaitan dengan penjualan kredit yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bambang Suryono (1996) pada perusahaan minuman Hawaii Lemonde Dan Cola di Banyuwangi. Hawaii Lamonde dan Cola merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pembuatan minuman. Periode penelitiannya dilakukan selama tiga tahun yaitu tahun 1993 sampai dengan 1996. Dengan adanya penjualan kredit volume penjualannya meningkat 30% dari 2000 botol pada tahun 1995 menjadi 2600 botol pada tahun 1996 dengan tingkat keuntungan sebesar Rp 3.500.000,-. Hasil penelitiannya ini menunjukkan bahwa investasi dalam piutang dengan adanya kenaikan penjualan kredit adalah efektif.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Endang Kuswahyuningsih (1997) pada perusahaan tape Super Madu di Jember. Penelitiannya dilakukan selama dua periode yaitu tahun 1995 sampai tahun 1997 dimana volume penjualannya meningkat 25% dari tahun 1996 yaitu sebanyak seratus kilogram menjadi seratus dua puluh lima kilogram pada tahun 1997 dengan tingkat keuntungan yang di peroleh sebesar Rp 2.750.000,-. Hasil penelitiannya ini berkesimpulan bahwa penambahan investasi piutang efektif dengan adanya tambahan keuntungan dari kebijaksanaan penjualan kredit.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dalam penelitian terdahulu perusahaan yang diteliti adalah perusahaan pembuatan minuman dan perusahaan pembuatan tape. Sedangkan dalam penelitian ini adalah perusahaan di bidang perikanan khususnya budidaya udang.



## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Penjualan

Dalam manajemen penjualan terdapat pengertian mengenai penjualan sebagai berikut :

“Penjualan merupakan ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan” (Swasta B,1997:7). Jadi penjualan dapat diartikan sebagai proses saling mendekati, melakukan tawar-menawar, berunding, menentukan harga dan menyerahkan hak pemilikan barang antara penjual dan pembeli.

Pengertian penjualan lainnya mengatakan bahwa “Manajemen penjualan merupakan perencanaan, pengarahan dan pengawasan *personal selling* termasuk penarikan, pemilihan perlengkapan, penentuan rute, supervisi, pembayaran dan motivasi sebagai tugas yang diberikan kepada para penjual” (Swasta B,1997:7).

Dari definisi diatas dapat diketahui tujuan dan tugas manajemen penjualan. Pertama, ditinjau dari tujuannya bahwa tujuan dari manajemen penjualan perusahaan adalah memperoleh laba dan mempertahankan atau berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang cukup lama. Tujuan tersebut akan terealisasi jika penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan untuk dapat memenuhi tujuan tersebut tidak hanya dilaksanakan oleh tenaga penjual melainkan juga harus terjalin koordinasi yang dinamis antara unsur-unsur pelaksana lainnya dalam perusahaan misalnya bagian promosi, personalia dan lain-lain.

Dalam kegiatan penjualan ada beberapa faktor yang mempengaruhi aktivitas perusahaan yaitu kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain.

#### 1. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

## 2. Kondisi pasar

Yang perlu diperhatikan dalam menganalisa kondisi pasar adalah

- a. Jenis pasar
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar
- c. Keinginan, kebutuhan dan daya beli konsumen serta frekuensi pembelian.

## 3. Modal

Dalam menawarkan barang setidaknya penjual harus memperkenankan barang yang dimaksud. Untuk itu harus dilengkapi dengan sarana dan perlengkapan penunjang seperti : alat transportasi, tempat peragaan, usaha-usaha promosi, dan sebagainya. Semuanya akan dapat terwujud jika tenaga penjual dari perusahaan memiliki sejumlah modal untuk tersedianya sarana-sarana tersebut.

## 4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan-perusahaan besar biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian tersendiri yaitu bagian penjualan yang ditangani oleh orang-orang yang ahli di bidang penjualan. Sedangkan untuk perusahaan kecil biasanya ditangani sendiri oleh pimpinan perusahaan dan tidak dilimpahkan kepada orang lain karena adanya keterbatasan-keterbatasan misalnya modal/finansial.

## 5. Faktor Lain

Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan antara lain : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, dan sebagainya.

Diharapkan dari faktor-faktor tersebut sasaran atau target penjualan perusahaan dapat tercapai.

### 2.2.2 Pengertian Piutang

Dalam kondisi tertentu, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dengan menjual produknya secara kredit. Penjualan kredit menimbulkan piutang (usaha) hingga saat ditagih. Piutang, terutama piutang usaha, mempunyai tingkat likuiditas yang lebih tinggi daripada persediaan, bila sebagian besar penjualan dilakukan secara kredit. Secara umum piutang dapat diartikan adalah suatu tagihan dari seseorang atau perusahaan kepada pihak debiturnya, jumlah yang akan diterimanya nanti pada waktu yang telah ditetapkan.

Mengenai arti piutang ini ada beberapa pendapat yang tak jauh berbeda : “Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan dan barulah kemudian pada hari jatuhnya terjadi aliran masuk (cash flow) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut”. (Bambang Riyanto, 1995:85). Menurut C. Handoyo Wibisono (1997:7) menyebutkan “Piutang adalah hak perusahaan dikemudian hari yang timbul dari transaksi di masa lalu maupun saat sekarang, dan biasanya diterima dalam bentuk kas”.

### 2.2.3 Investasi Dalam Piutang

Piutang sebagai bagian dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang adalah tergantung pada syarat pembayaran. Makin lunak atau makin lama syarat pembayaran, berarti makin lama modal terikat dalam piutang dan ini berarti bahwa tingkat perputarannya dalam periode tertentu adalah makin rendah. Tingkat perputaran piutang atau *receivable turn over* dapat diketahui dengan membagi jumlah net *credit sale* selama periode tertentu yang berasal dari operation dengan jumlah rata-rata piutang (*average receivable*). Periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata pengumpulan piutang dapat dihitung dengan membagi tahun dalam hari dengan *receivable turn over* (satu tahun : 365 hari).

Adalah penting untuk membandingkan hari rata-rata pengumpulan piutang dengan syarat pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Apabila hari rata-rata pengumpulan selalu lebih besar dari batas waktu pembayaran yang telah ditetapkan tersebut, berarti bahwa cara pengukuran piutangnya kurang efisien. Hal ini berarti bahwa banyak para pelanggan yang tidak memenuhi syarat pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Tinggi rendahnya *receivable turn over* mempunyai efek yang langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang. Makin tinggi *turn over*nya, berarti makin cepat perputarannya, yang berarti makin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang. Sehingga untuk mempertahankan net *credit sales* tertentu dengan naiknya *turn over*, dibutuhkan jumlah modal yang lebih kecil untuk diinvestasikan dalam piutang.

Untuk menentukan tingkat investasi dalam piutang terlebih dahulu menghitung besarnya tingkat piutang. Yang dimaksud dengan tingkat piutang yaitu : menunjukkan besarnya penjualan kredit dibagi dengan perputaran piutang pada suatu periode tertentu. Tingkat investasi dalam piutang adalah besarnya dana yang tertanam dalam piutang pada suatu periode perputaran piutang guna menghasilkan pendapatan. Dimana menurut konsep fungsional investasi dalam piutang merupakan perkalian antara tingkat piutang periode tertentu dengan (1-% profit margin).

Manajemen piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit yang mana manajemen piutang menyangkut masalah pengendalian dan pemberian serta pengumpulan piutang, evaluasi terhadap praktek yang dijalankan oleh perusahaan sehingga investasi piutang tidak merugikan perusahaan. Perusahaan hanya akan bersedia mengikat dananya di dalam piutang bilamana investasi tersebut memberikan manfaat baginya (Abas Kartadinata, 1990:167).

Tujuan dari investasi piutang ada tiga, yaitu meningkatkan penjualan, untuk meningkatkan laba, dan untuk memenuhi syarat persaingan.

#### 1. Meningkatkan Penjualan

Perusahaan melaksanakan kebijaksanaan menjual produknya dengan cara kredit yang akan mampu menjual produknya lebih banyak daripada perusahaan yang hanya menjual produknya secara tunai. Biaya yang harus dipikul perusahaan akan naik karena sebagian dananya terikat pada piutang. Tetapi disisi lain diimbangi penjualan yang lebih tinggi.

#### 2. Untuk Meningkatkan Laba

Investasi dalam piutang diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Penjualan yang tinggi diharapkan dapat memberikan laba yang lebih besar daripada biaya-biaya sebagai akibat dari kebijaksanaan kredit yang dilaksanakan oleh perusahaan.

### 3. Untuk Memenuhi Syarat Persaingan

Apabila perusahaan sejenis lainnya melaksanakan penjualan produknya dengan cara kredit, perusahaan perlu memperhitungkan kebijaksanaan serupa supaya dapat bersaing dan lebih memperluas pasar, kalau tidak, para pelanggan akan melakukan pembelian pada perusahaan yang menentukan syarat pembayaran lebih ringan (Abas Kartadinata, 1990:172).

Menurut (C. Handoyo Wibisono, 1997:115) faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang ada enam yaitu volume penjualan kredit, syarat pembayaran untuk penjualan kredit, ketentuan pembatasan kredit, kebiasaan pelanggan dalam memenuhi kewajiban, tingkat bunga pinjaman jangka pendek, kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang.

#### a. Volume Penjualan Kredit

Makin banyak volume penjualan kredit, makin besar pula jumlah piutang yang ada. Hal ini akan meningkatkan resiko piutang, walaupun keuntungan yang diperoleh dengan peningkatan volume penjualan juga bertambah. Bertambahnya piutang juga diikuti oleh peningkatan resiko piutang yang tidak dapat ditagih, juga peningkatan biaya penagihan dan *opportunity cost*.

#### b. Syarat Pembayaran Untuk Penjualan Kredit

Pada umumnya syarat pembayaran dinyatakan dengan suatu cermin, misalkan 3/10, n/30 yang berarti : pembayaran yang dilakukan dalam 10 hari setelah pembayaran barang, diberi potongan tunai 3 % dari harga faktur, sedangkan batas waktu pembayaran berakhir pada waktu ke-30 setelah penyerahan barang. Makin banyak pelanggan yang memanfaatkan potongan tunai, piutang perusahaan akan semakin kecil, sehingga perusahaan dapat menggunakan dana tersebut untuk investasi lain yang memberikan tambahan keuntungan. Sebaliknya, makin banyak pelanggan yang membayar pada batas akhir waktu yang ditentukan, piutang perusahaan akan semakin besar.

#### c. Ketentuan Pembatasan Kredit

Pembatasan kredit dibedakan menjadi dua. Pertama pembatasan kredit dalam artian kumulatif yang menyangkut masalah jumlah kredit yang dapat diperoleh para pelanggan. Perusahaan menentukan batas maksimum dan minimum

kredit, agar dana yang tertanam dalam piutang dapat dikendalikan dan benar-benar meningkatkan keuntungan. Kedua, pembatasan kredit dalam artinya kualitatif yang menyangkut masalah siapa saja (pelanggan mana) yang diperkenankan membeli secara kredit, biasanya didasarkan pada pengalaman masa lalu, serta kebiasaan pelanggan dalam memenuhi kewajibannya. Makin longgar batasan yang ditentukan, makin besar pula jumlah piutangnya.

d. Kebiasaan Pelanggan Dalam Memenuhi Kewajiban

Dalam kaitannya dengan syarat pembayaran yang ditentukan, ada tiga kemungkinan waktu pembayaran yang dapat dilakukan oleh pelanggan, yaitu masa pemberian potongan tunai, diluar masa potongan tunai sampai batas terakhir waktu yang ditentukan, dan diluar ketentuan batas akhir waktu yang ditentukan (menunggak). Makin banyak pelanggan yang menunggak, makin besar pula jumlah piutangnya dan pada akhirnya akan makin besar pula opportunity cost yang harus ditanggung perusahaan.

e. Tingkat Bunga Pinjaman Jangka Pendek

Kemudahan dalam memperoleh pinjaman jangka pendek, serta tingkat bunga pinjaman yang relatif lebih rendah daripada besarnya potongan tunai yang ditawarkan, akan membuat jumlah piutang menjadi sedikit, karena para pelanggan lebih sering memanfaatkan potongan tunai tersebut. Oleh karena itu, agar piutang menjadi sedikit, perusahaan perlu memberikan potongan tunai yang cukup besar (manarik).

f. Kebijakan dalam Pengumpulan Piutang

Kebijakan dalam pengumpulan piutang dapat dilakukan secara aktif maupun pasif. Pengumpulan piutang yang aktif dapat dilakukan dengan menugaskan petugas penagihan secara langsung atau memanfaatkan jasa bank untuk mengumpulkannya. Pengumpulan piutang yang pasif, perusahaan hanya menunggu pembayaran yang dilakukan pelanggan. Pengumpulan piutang yang aktif akan menghasilkan saldo piutang yang kecil, sehingga resiko kerugian akibat tidak tertagihnya piutang menjadi kecil. Meskipun demikian, perusahaan harus menanggung konsekuensi tingginya biaya penagihan.

#### 2.2.4 Kebijakan Penjualan Kredit

Apabila perusahaan melakukan penjualan dengan cara kredit berarti perusahaan memiliki piutang. Besar kecilnya piutang yang dimiliki perusahaan disamping dipengaruhi oleh kondisi perekonomian pada umumnya, juga dipengaruhi kebijaksanaan perkreditan yang ditentukan oleh perusahaan. Sementara kondisi perekonomian pada umumnya tidak bisa dipengaruhi oleh perusahaan sedangkan kebijaksanaan perkreditan jelas ditentukan perusahaan.

Dengan melakukan kebijaksanaan penjualan secara kredit maka perusahaan tidak dapat dengan segera memperoleh uang tunai (kas) pada saat terjadinya penjualan, akan tetapi yang diperoleh perusahaan adalah berupa uang tagihan (piutang).

Dalam hal ini Bambang Riyanto (1995:76) berpendapat bahwa "Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas tetapi menimbulkan piutang langganan dan barulah kemudian pada hari jatuhnya aliran kas masuk (*cash inflow*) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut".

Oleh karena itu, kebijaksanaan penjualan kredit akan selalu berkaitan erat dengan masalah manajemen piutang dalam perusahaan, karena kebijaksanaan kredit merupakan salah satu faktor utama yang menentukan tingkat volume piutang dagang suatu perusahaan. Bahkan dapat dikatakan kebijaksanaan penjualan kredit adalah kebijaksanaan dalam piutang dagang (*account receivable*).

Pada prinsipnya kebijaksanaan penjualan kredit menyangkut trade off antara laba yang diperoleh dari peningkatan volume penjualan disatu pihak dan biaya yang harus ditanggung karena memiliki piutang tersebut ditambah piutang yang tidak terkumpul. Dalam hal ini perusahaan perlu menilai kebijaksanaan penjualan kredit ini dengan membandingkan resiko biaya dengan profitabilitas. Weston dan Bringham (1997:204) menyebutkan faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam kebijaksanaan penjualan kredit adalah standart kredit, persyaratan kredit, potongan tunai, dan kebijaksanaan penagihan

##### 1. Standart Kredit

Merupakan tingkat resiko minimal yang dapat ditolelir dari seorang pelanggan. Untuk menentukan standart kredit yang optimal akan mencakup

keterkaitan antara tambahan keuntungan yang disebabkan karena kenaikan volume penjualan dengan tambahan biaya sebagai akibat tidak terbayarkan piutang. Apabila perusahaan menjalankan standart kredit yang sangat longgar artinya hampir setiap pembeli memperkenankan membeli produknya secara kredit maka bisa diperkirakan penjualan akan meningkat tetapi resiko piutang yang tidak terbayarkan akan meningkat pula.

## 2. Persyaratan Kredit

Persyaratan kredit menyangkut jangka waktu kredit dan adanya potongan (discount) bila dibayar lebih cepat. Misalnya persyaratan kredit yang diharapkan karena penjualan kepada pelanggan mencantumkan "2/10 net 30" berarti akan diberikan potongan 2 % dari penjualan bila pelanggan membayar dalam waktu sepuluh hari dan apabila tidak dimanfaatkan potongan tersebut, seluruh jumlah faktur harus dilunaskan dalam waktu tiga puluh hari. Jika persyaratan hanya "net 60" berarti tidak diberikan potongan dengan harga harus dilunaskan dalam waktu enam puluh hari.

Sebagaimana disebutkan bahwa periode kredit (jatuh tempo) merupakan batas waktu pembayaran selambat-lambatnya oleh pelanggan setelah barang diterima. Semakin lama syarat pembayaran kredit lama modal atau dana yang terikat dalam piutang. Hal ini menyebabkan tingkat perputaran piutang selama periode tertentu adalah rendah. Tingkat perputaran piutang (*receivable turn over*) dapat diketahui dengan membagi jumlah penjualan kredit selama periode terikatnya modal dalam piutang atau rata-rata pengumpulan piutang (*average collection period*) dapat dihitung dengan membagi jumlah hari dalam satu tahun dengan tingkat perputaran piutangnya. Menghitung hari rata-rata pengumpulan piutang adalah penting untuk dibandingkan dengan syarat pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Apabila hari rata-rata pengumpulan piutang selalu lebih besar daripada batas waktu pembayaran yang telah ditetapkan tersebut berarti bahwa cara pengumpulan piutangnya kurang efektif. Ini berarti banyak pelanggan yang tidak memenuhi syarat pembayaran yang telah ditetapkan perusahaan. Tinggi rendahnya tingkat perputaran piutang mempunyai efek yang langsung terhadap besar kecilnya

modal yang diinvestasikan terhadap piutang. Makin cepat perputaran berarti makin pendek terikatnya modal dalam piutang. Sehingga untuk mempertahankan penjualan kredit tertentu, dengan naiknya tingkat perputaran produksi piutang dibutuhkan modal yang lebih kecil untuk diinvestasikan dalam piutang (Bambang Riyanto, 1995:82).

### 3. Potongan Tunai

Faktor ketiga yang diperlu diperhatikan adalah pemberian potongan kas pada para pembeli. Pemberian potongan kas kepada para pembeli agar membayar lebih cepat dari jangka waktu yang telah ditentukan sehingga perusahaan lebih cepat dari menerima uang kas dan saldo piutang menjadi lebih kecil.

### 4. Kebijakan Penagihan

Kebijakan penagihan berkaitan erat dengan prosedur yang dilakukan perusahaan untuk mengumpulkan piutangnya. Perusahaan dapat menjalankan kebijakan ini secara aktif dan pasif. Jika perusahaan menjalankan kebijakan ini secara aktif maka biaya yang akan dikeluarkan akan lebih besar dibandingkan dengan penggunaan kebijakan penagihan secara pasif. Tetapi investasi dalam piutang menjadi lebih kecil jika dibandingkan dengan kebijakan pasif.

Prosedur penagihan yang umum adalah mengirim surat-surat terguran yang nadanya keras, menegur melalui telepon, menyerahkan kepada badan-badan penagihan dan terakhir mengajukan tuntutan perdata.

Proses penagihan memang mahal baik dari sudut biaya uang nyata maupun hilangnya hubungan baik. Tetapi tetap diperlukan adanya ketegasan penagihan untuk mencegah bertambahnya waktu penagihan dan memperkecil kerugian langsung yang timbul karena tidak tertagihnya piutang. Disini juga harus dicari keseimbangan antara biaya dan manfaat daripada kebijakan penagihan.

### 2.2.5 Kebijakan Penagihan

Kebijakan penagihan berhubungan erat dengan yang diikuti perusahaan untuk memperoleh pembayaran dari rekening yang harus dibayarkan suatu perusahaan yang dilaksanakan penjualan produknya secara kredit memerlukan adanya bagian atau departemen yang mempunyai tugas antara lain, mencatat tanggal penerimaan barang, mencatat tanggal faktur dan mencatat tanggal akhir dan periode discount peringatan-peringatan untuk melakukan penagihan terhadap piutang-piutang tersebut.

Supaya dapat melaksanakan fungsinya maka dibutuhkan pengolahan biaya, dimana biaya itu nantinya harus diperhitungkan sebagai biaya operasional dari perusahaan. Ada juga jenis biaya yang timbul apabila pembeli gagal untuk timbulnya biaya ini disebabkan oleh adanya usaha yang diambil oleh perusahaan untuk menagih uangnya yang belum terbayar oleh pembeli tersebut. Misalnya perusahaan dapat mengirim surat kepada rekening semacam itu, perusahaan dapat mengirim surat ancaman, diikuti oleh pembicaraan telepon dan perusahaan dapat mengirim rekening tersebut kepada badan penagih (*collection*).

Proses penagihan dapat menjadi mahal dihitung dari segi biaya keluar saku (*out of pocket expenditure*) dan muhibah (*good will*) yang hilang. Tetapi paling sedikit diperlukan ketegasan untuk menghindari perpanjangan periode pengumpulan yang tidak perlu untuk meminimalkan kerugian yang semestinya. Dalam hal ini perusahaan paling tidak harus membuat seimbang sementara biaya keuntungan dari berbagai macam kebijakan penagihan.

### 2.2.6 Penilaian Resiko Kredit dan Penyaringan Para Pelanggan

Kebijakan kredit hendaknya dicapai untuk mencapai suatu keseimbangan antara profitabilitas dan resiko. Resiko kredit adalah resiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para langganannya sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para langganan, perlulah perusahaan mengadakan evaluasi resiko kredit dari para langganan tersebut.

Pada umumnya bank atau perusahaan dalam mengadakan penilaian resiko kredit adalah memperhatikan lima "C". Kelima "C" tersebut adalah *Character*, *Capacity*, *Collateral*, *Capital*, *Condition*.

- 1) *Character* menunjukkan kemungkinan atau probabilitas dari langganan untuk secara jujur berusaha memenuhi kewajiban-kewajibannya. Faktor ini adalah sangat penting. Karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.
- 2) *Capacity* adalah pendapat subyektif mengenai kemampuan dari langganan ini diukur dengan record diwaktu yang lalu, dilengkapi dengan observasi fisik pada pabrik atau toko langganan.
- 3) *Capital* diukur oleh posisi financial perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan oleh analisa rasio finansial, yang khususnya ditekankan pada "tangible net worth" dari perusahaan.
- 4) *Collateral* dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang diikatkan atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada langganan tersebut.
- 5) *Conditions* menunjukkan impact (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan langganan untuk memenuhi kewajibannya.

Adapun langkah-langkah yang perlu untuk penyaringan para langganan dalam rangka usaha preventif untuk memperkecil resiko tertundanya atau tidak terkumpulnya hutang yang tidak diharapkan dapat dibedakan menjadi empat yaitu penentuan besarnya resiko yang akan ditanggung perusahaan, penyelidikan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, mengadakan klasifikasi dari langganan berdasarkan resiko pembayaran dan mengadakan seleksi dari para langganan.

1. Penentuan besarnya resiko yang akan ditanggung perusahaan

Pertama-tama dalam hubungan ini haruslah ditentukan terlebih dahulu "batas resiko" yang ditanggung oleh perusahaan yang akan disediakan sebagai cadangan piutang. Misalnya ditentukan bahwa resiko yang akan ditanggung

oleh perusahaan adalah 10%. Ini berarti bahwa kelak apabila sebanyak 10% dari jumlah piutang tidak terbayar, hal ini tidaklah dianggap sebagai hal yang tidak terduga. Ketentuan prosentase ini perlu untuk memperhitungkan keuntungan yang diharapkan akan diterima.

2. Penyelidikan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Usaha untuk mengadakan klasifikasi dari langganan, apakah mereka termasuk golongan resiko 5%, 10%, 15% atau lebih, perlulah perusahaan mengadakan penyelidikan mengenai kemampuan perusahaan tersebut untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Penyelidikan kemampuan ini tidak hanya menyangkut penyelidikan mengenai sifat atau watak dari para langganan, tetapi juga menyangkut bidang materiil. Dalam hal ini perlulah dipertimbangkan terutama mengenai likuiditas dan rentabilitasnya. Tetapi disamping itu juga dipertimbangkan "solidaritasnya". Solidaritasnya adalah menyangkut kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan dan solidaritasnya ini dibedakan dalam tiga jenis yaitu :
  - a. Solidaritas komersil, yaitu tingkat kepercayaan yaitu tingkat kepercayaan pihak luar yang diberikan kepada perusahaan yang bersangkutan sebagai akibat dari kejujuran perusahaan untuk selalu memenuhi janji-janji dan kewajiban-kewajibannya tepat pada waktunya.
  - b. Solidaritas finansial, yaitu kepercayaan yang diberikan oleh pihak luar kepada perusahaan yang bersangkutan yang timbul sebagai akibat dari terdapatnya modal kerja yang cukup di dalam perusahaan tersebut, sehingga diharapkan perusahaan tersebut akan memenuhi kewajiban finansial tepat pada waktunya.
  - c. Solidaritas moril, adalah kepercayaan yang diberikan oleh pihak luar kepada perusahaan yang bersangkutan yang timbul sebagai akibat dari sifat-sifat dan moril yang baik dari pimpinan perusahaan.
3. Mengadakan klasifikasi dari para langganan berdasarkan resiko pembayaran. Setelah mengadakan penyelidikan mengenai kemampuan dan keadaan perusahaan, sifat kebijaksanaan dan moril dari pimpinan perusahaan yang bersangkutan, maka kita dapat mengadakan klasifikasi para langganan

berdasarkan resiko tidak memenuhi kewajibannya tepat pada waktunya, sehingga terdapat golongan 5 %, 10 %, 15 % dan seterusnya.

#### 4. Mengadakan seleksi dari para langganan

Berdasarkan pengolahan tersebut perusahaan dapat memutuskan untuk tidak memberikan kredit penjualan atau memperberat syarat pembayaran kepada langganan-langganan yang lebih tinggi dari 10 %. Dengan demikian maka kredit penjualan hanya diberikan kepada para langganan dari golongan resiko 10 % kebawah.

### 2.2.7 Contribution Margin

*Contribusi margin* atau tambahan keuntungan merupakan kelebihan-kelebihan dari penjualan atas seluruh biaya variabel. Marjin kontribusi biasanya dinyatakan sebagai suatu angka perunit, sebagai ratio atau sebagai prosentase. Kadang-kadang dijumpai istilah rasio pengeluaran variabel-variabel atau rasio biaya variabel atau prosentase biaya variabel yang dirumuskan sebagai pengeluaran-pengeluaran variabel dibagi penjualan.

Sebagai suatu angka yang menunjukkan total ataupun perunit, *contribution margin* dapat diartikan sebagai hasil penjualan setelah menutup biaya variabel yang disumbangkan untuk biaya tetap. Dan selanjutnya untuk keuntungan suatu periode atau jumlah kerugian tertentu, *Contribution margin* dapat dirumuskan, sebagai berikut :

Penjualan .....	xxx
Biaya variabel.....	<u>xxx -</u>
<i>Contribution Margin</i> .....	xxx
Biaya tetap.....	xxx
Laba (rugi).....	<u>xxx -</u>

*Contribution margin* yang tersedia menutup biaya tetap dapat menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu :

1. *Contribution margin* total dihasilkan lebih besar dari biaya tetap, maka akan menghasilkan keuntungan,

2. *Contribution margin* total lebih kecil dari biaya tetap, maka akan menghasilkan kerugian, dan
3. Apabila *Contribution margin* sama besar dengan biaya tetap yang harus ditutup akan terjadi titik impas atau break even point.

*Contribusi margin* dapat pula dinyatakan dengan persentasenya terhadap penjualan total! atau disebut juga sebagai *contribution margin* rasio (C/M ratio) atau profit value (P/V rasio). Rasio ini berguna sekali untuk menunjukkan bagaimana kontribusi margin akan dipengaruhi oleh total penjualan dalam jumlah rupiah tertentu.

Dengan rumus :

$$C/M = \frac{\text{Contribusi Margin}}{\text{Penjualan}}$$

Atas dasar pengaruh volume operasi perusahaan terhadap biaya-biaya dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

1. Biaya tetap (*Fixed cost*)

Yaitu biaya yang memiliki karakteristik :

- a. Biaya tetap jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan, atau aktivitas tingkatan tertentu.
- b. Biaya tetap persatuan (unit cost) berubah sebanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biayanya dan sebaliknya.

2. Biaya variabel (*Variable cost*)

Yaitu biaya yang mempunyai karakteristik :

- a. Biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin besar pula jumlah total biayanya dan sebaliknya.
- b. Biaya variabel persatuan tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan. Contoh biaya variabel, antara lain : biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* variabel, biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi variabel.

### 3. Biaya semi variabel

Biaya ini disebut juga dengan biaya campuran yaitu biaya yang elemen-elemennya terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Pada tingkat aktivitas tertentu biaya campuran dapat menunjukkan tingkat karakteristik yang sama dengan biaya tetap, pada tingkat aktivitas lain biaya campuran pada dasarnya dapat menunjukkan karakteristik yang sama seperti biaya variabel. Contoh biaya semi variabel, antara lain : biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap, biaya kendaraan, biaya listrik dan telepon.

Didalam membebankan harga pokok kepada produk dapat digunakan salah satu konsep dibawah ini, yaitu (1) Konsep penentuan harga pokok penuh atau konsep penentuan harga konvensional, dan (2) Konsep penentuan harga pokok variabel atau konsep penentuan harga pokok batas.

Konsep penentuan harga pokok penuh membebankan pada semua elemen biaya produksi, baik biaya tetap maupun biaya variabel kedalam harga pokok produk. Oleh karena itu elemen biaya produksi pada konsep penentuan harga pokok penuh meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Data biaya yang disajikan oleh konsep penentuan harga pokok sering tidak relevan untuk tujuan manajemen kontrol dalam jangka pendek, misalnya : untuk menganalisa perubahan biaya, volume laba jangka pendek didalam batas kapasitas produksi normal yang dimiliki oleh perusahaan diperlukan penetapan yang memusatkan perhatian pada elemen biaya variabel, yaitu biaya relevan yang berubah sesuai dengan tingkat volume kegiatan dalam jangka pendek.

Dengan adanya kepentingan manajemen dalam jangka pendek tersebut diatas, timbul konsep lain didalam membebankan harga pokok kepada produk yang lebih cocok untuk persoalan-persoalan keputusan jangka pendek. Konsep ini disebut penentuan harga pokok variabel, yaitu suatu konsep penentuan harga pokok yang memasukkan biaya produksi variabel sebagai elemen harga pokok produk, biaya produksi tetap dianggarkan sebagai biaya waktu yang langsung dibebankan kepada rugi laba periode terjadinya dan tidak diperlakukan sebagai biaya produksi.

Dari pengertian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa konsep-konsep penentuan harga pokok variabel didasarkan pada pemisahan biaya dalam suatu perusahaan kedalam elemen biaya tetap dan elemen biaya variabel. Untuk membebaskan dengan tepat perlu dibahas elemen biaya yang termasuk harga pokok dalam konsep penentuan harga pokok variabel, yaitu : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

1. Biaya bahan baku

Secara umum biaya bahan baku diperlukan sebagai elemen biaya variabel, biaya bahan baku adalah elemen biaya produksi variabel.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Seperti halnya biaya bahan baku, biasanya biaya tenaga kerja langsung diperlukan sebagai elemen biaya variabel sehingga dalam konsep penentuan harga variabel, biaya tenaga kerja langsung adalah elemen biaya produksi.

3. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik atas dasar tingkah lakunya dapat dikelompokkan menjadi :

a. Biaya *overhead* pabrik variabel

Biaya *overhad* pabrik variabel meliputi semua elemen biaya-biaya *overhead* pabrik yang akan berubah secara proporsional dengan perubahan volume atau kegiatan perusahaan semakin besar kegiatan semakin besar pula jumlah biaya total dan sebaliknya. Pada konsep penentuan harga pokok variabel, semua elemen biaya-biaya *overhead* pabrik variabel adalah biaya produksi.

b. Biaya *overhead* pabrik tetap

Dalam golongan biaya ini meliputi semua elemen biaya *overhead* pabrik yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh perubahan volume atau aktivitas perusahaan sampai dengan tingkat kegiatan tertentu. Pada konsep penentuan harga pokok variabel semuanya berhubungan dengan kebutuhan manajemen untuk memperoleh informasi yang berorientasi pada pengendalian keputusan dalam jangka pendek yang meliputi :

1. membantu manajemen mengetahui batas kontribusi margin yang sangat berguna untuk perencanaan laba melalui analisa biaya-volume-laba dan untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kebijaksanaan manajemen jangka pendek, dan
2. memudahkan manajemen dalam pengendalian kondisi operasional yang sedang berjalan serta menetapkan penilaian dan penanggungjawaban kepada departemen atau divisi tertentu dalam perusahaan.

### 2.2.8 Pemisahan Biaya Semi Variabel

Biaya campuran adalah biaya yang mengandung elemen biaya variabel maupun biaya tetap. Biaya campuran disebut juga biaya semi variabel, pada tingkat aktivitas tertentu biaya campuran pada dasarnya dapat menunjukkan karakteristik yang sama seperti biaya tetap. Pada tingkat aktivitas lain biaya campuran berkarakteristik seperti biaya variabel.

Atau secara lengkap biaya semi variabel mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- a. biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding, dimana semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah total biaya dan sebaliknya, tetapi tidak sebanding, dan
- b. pada biaya semi variabel, biaya satuan akan berbanding terbalik terhadap perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding sampai dengan tingkat kegiatan tertentu dimana semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, sebaliknya semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

Konsep biaya campuran atau biaya semi variabel merupakan konsep penting karena biaya campuran merupakan biaya yang lazim terdapat pada berbagai perusahaan. Contoh biaya campuran atau biaya semi variabel adalah seperti biaya listrik, biaya reparasi, biaya telepon dan biaya pemeliharaan. Bagian tetap biaya campuran menunjukkan biaya minimum atau beban pokok bagi yang

benar-benar mempunyai jasa yang siap dan tersedia digunakan. Bagian variabel menunjukkan beban yang timbul karena sungguh mengkonsumsi jasa. Seperti yang diharapkan, elemen biaya berubah menurut proporsi jumlah jasa yang dikonsumsi.

### 2.2.9 Analisis *Rate of Return*

Dalam mengoperasikan dana yang akan diinvestasikan pada berbagai kebijaksanaan perusahaan, khususnya mengenai kebijaksanaan investasi terhadap piutang maka lebih baik bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat efektivitas dana yang akan diinvestasikan dalam piutang. Untuk dapat dianalisis dengan konsep *rate of return*, yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengukur kemampuan modal didalam menghasilkan laba. Dengan adanya konsep ini akan dapat diketahui apakah tambahan yang akan dipergunakan untuk membiayai kredit sudah efektif atau belum. Adapun cara menghitung *rate of return* adalah dengan rumus : (S. Alwi, 1992;40)

$$\text{ROR} = \frac{\text{Tambahan laba} - \text{Tambahan piutang tak tertagih}}{\text{Tambahan Investasi}} \times 100 \%$$

Sebagai pembatas dalam konsep *rate of return* adalah biaya sebesar bunga bank yang berlaku, artinya bahwa usulan investasi tersebut dapat dikatakan efektif apabila menghasilkan *rate of return* yang lebih besar daripada biaya bunga yang berlaku.

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan suatu wawasan yang mendalam mengenai obyek suatu penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas sebagai dasar pelaksanaan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan. Penelitian semacam ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif yang tujuannya untuk memecahkan permasalahan yang ada sekarang dan kemudian memprediksi keadaan dimasa yang akan datang.

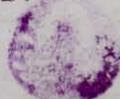
### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dikumpulkan dengan cara mencatat dan tabulasi. Data tersebut diperoleh dari PT. Sumber Nyala Samudra pada periode tahun 2000 sampai dengan tahun 2003.

### 3.3 Definisi Operasional

Agar memperoleh pemahaman yang sama mengenai makna judul diberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Piutang adalah tagihan pihak perusahaan kepada pihak pelanggan akibat adanya kebijaksanaan penjualan secara kredit yang nantinya akan dimintakan pembayaran jika sudah jatuh tempo.
2. Contribution margin yaitu kelebihan-kelebihan atau biaya dari harga penjualan dikurangi biaya-biaya variabel yang dikeluarkan selama proses produksi mulai dari bahan baku sampai menjadi barang yang siap dijual.
3. Tingkat investasi dalam piutang yaitu :  
Merupakan jumlah atau tingkat investasi dalam rupiah yang tertanam dalam piutang dengan adanya kebijaksanaan penjualan kredit.



4. Tingkat perputaran piutang merupakan jumlah pengumpulan piutang dalam berapa kali selama satu tahun yang digunakan untuk menghitung tingkat piutang dari masing-masing jenis produk.
5. Tambahan keuntungan diperoleh dengan adanya peningkatan volume penjualan kredit dengan mencari contribution margin per kg dibagi dengan harga jual per kg dikalikan dengan kenaikan penjualan kredit.
6. Opportunity cost yaitu tambahan biaya yang dihitung berdasarkan tingkat bunga yang berlaku saat ini dengan tambahan investasi.
7. Efektivitas yaitu Penilaian yang menunjukkan bahwa dengan melakukan penjualan kredit akan terjadi piutang yang dapat menghasilkan laba perusahaan.

### 3.4 Metode Analisa Data

Untuk mengetahui kebutuhan tambahan investasi piutang, langkah-langkah yang digunakan dalam analisis ini adalah sebagai berikut :

1. Menghitung tambahan investasi piutang tahun 2004

Besarnya tambahan dana dengan adanya kenaikan penjualan kredit pada PT. Sumber Nyala Samudra dapat dihitung melalui tahap-tahap :

- a. Menghitung ramalan penjualan

Dengan adanya rencana kebijaksanaan kelonggaran kredit pada tahun 2003, perusahaan menetapkan komposisi penjualan dengan perbandingan 30% dijual dengan cara tunai dan 70% dengan cara kredit.

Untuk menentukan besarnya tingkat penjualan pada periode yang akan datang digunakan *trend linier* dengan metode *moment* (Gunawan Adisaputro dan M. Asri 1995:159)

$$\text{Rumus : } Y = a + bX$$

$$\sum Y_i = na + b \sum X_i$$

$$\sum X_i Y_i = a \sum X_i + b \sum X_i^2$$

Keterangan :

Y = ramalan penjualan tahun yang akan datang

a = nilai pada periode dasar

b = tingkat perkembangan nilai yang diharapkan

X = jumlah tahun yang diperhitungkan dari periode dasar

n = jumlah periode analisa data

Untuk mengetahui tambahan investasi yang akan digunakan untuk investasi sehubungan dengan kebijaksanaan kredit dapat dihitung dengan langkah-langkah sebagai berikut :

b. Menghitung tingkat perputaran piutang

Untuk menghitung tingkat perputaran piutang dimasa yang akan datang dapat dicari dengan cara : (Suad Hasan, 1995:140)

$$\frac{360}{\text{hari pengumpulan piutang}}$$

c. Menghitung besarnya tingkat piutang : (Van Horne, 1997:259)

$$\text{Tingkat Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Tingkat Perputaran Piutang}}$$

d. Menghitung besarnya tambahan investasi piutang

Besarnya investasi yang harus dikeluarkan akibat adanya penambahan piutang dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$TI = \frac{VC}{P} \times \text{tambahan piutang}$$

Keterangan :

TI = Tambahan Investasi

VC = Variabel Cost per Kg

P = Harga jual per Kg

2. Menghitung efektivitas investasi piutang

Untuk mengetahui besarnya efektivitas investasi piutang tahun 2004 pada PT. Sumber Nyala Samudra dapat dihitung melalui tahap-tahap, sebagai berikut :

## a. Menghitung besarnya tambahan keuntungan

Besarnya tambahan keuntungan yang diperoleh dari adanya peningkatan penjualan yang menyebabkan adanya penambahan piutang dapat dihitung dengan cara sebagai berikut : (Van Horne, 1997:259)

$$TL = \frac{Cm}{P} \times \text{tambahan penjualan kredit}$$

Keterangan :

TL = Tambahan keuntungan

Cm = Contribution Margin

P = harga jual

## b. Tambahan biaya yang dikeluarkan dengan adanya penambahan tingkat piutang dapat dihitung dengan cara, sebagai berikut : (M. Munandar, 1992:77)

<i>Opportunity Cost</i> .....	xxx
Tambahan piutang tak tertagih.....	<u>xxx</u> -
Tambahan biaya .....	xxx

Dimana :

Besarnya tambahan piutang tak tertagih dapat dihitung dengan metode *income statement approach*. Menurut pendekatan ini, besarnya piutang tak tertagih ditentukan berdasarkan rata-rata prosentase tertentu dari *net credit sales* yaitu penjualan kredit netto yang terjadi selama periode tertentu. Jika tambahan keuntungan yang diperoleh dari perusahaan lebih besar daripada tambahan biaya maka kebijaksanaan tersebut dapat dibenarkan, tetapi apabila keuntungan tersebut lebih kecil daripada tambahan biayanya, maka tambahan tersebut tidak efisien dan secara otomatis kebijaksanaan perusahaan tidak dibenarkan.

## c. Menghitung Efektifitas Tambahan Investasi Piutang

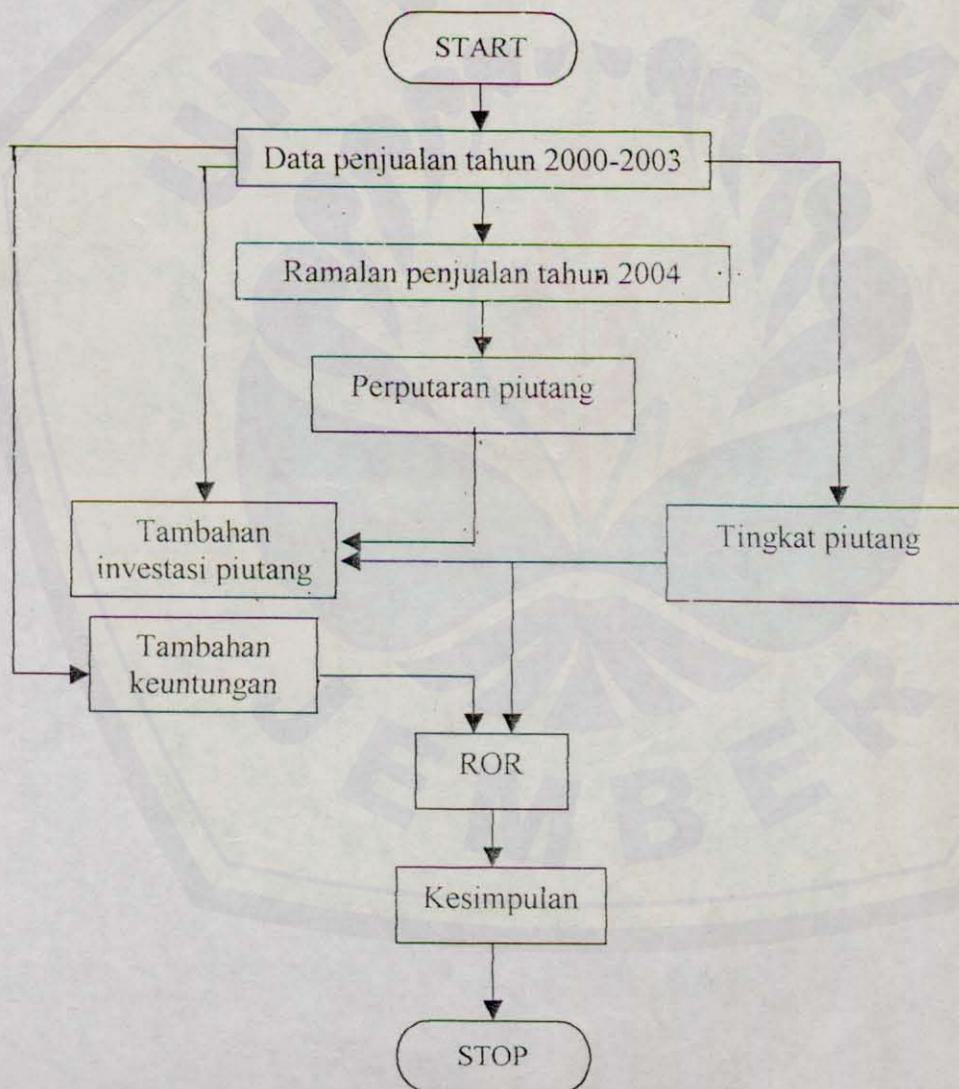
Efektivitas tambahan investasi dalam piutang dapat dihitung dengan melakukan pembagian tambahan keuntungan dengan tambahan investasinya yang kemudian dibandingkan dengan *rate of return* yang disyaratkan oleh perusahaan, yaitu sebesar tingkat bunga simpanan bank rata-rata atau dapat dirumuskan : (S. Alwi, 1992:40)

$$\text{ROR} = \frac{\text{Tambahan laba} - \text{tambahan piutang tak tertagih}}{\text{Tambahan Investasi}} \times 100\%$$

Apabila nilai pembagian tambahan keuntungan oleh tambahan investasi lebih dari pada *rate of return* yang disyaratkan perusahaan, maka penambahan investasi piutang dikatakan efektif dan jika sebaliknya maka penambahan investasi piutang tidak efektif.

### 3.5 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini ditunjukkan dalam gambar 3.1 berikut ini :



Gambar 3.1 : Kerangka pemecahan masalah

Keterangan :

1. Membuat ramalan penjualan tahun 2004 berdasarkan penjualan tahun lalu.
2. Dari hasil perhitungan ramalan penjualan tahun 2004 akan dapat dihitung tambahan penjualan tahun 2004 yaitu dengan cara mengurangi ramalan penjualan tahun 2004 dengan penjualan tahun 2003.
3. Mencari kontribusi margin ratio 2004 yaitu dengan cara harga jual per kg dikurangi biaya variabel per kg dikalikan dengan harga jual per kg.
4. Tambahan keuntungan dapat dicari setelah kontribusi margin ratio, dan tambahan penjualan diketahui yaitu dengan cara tambahan penjualan dikalikan dengan kontribusi margin ratio.
5. Tambahan investasi piutang dapat disebabkan oleh dua hal yaitu tambahan investasi piutang sehubungan dengan tingkat perputaran piutang dan tambahan investasi piutang sehubungan dengan adanya peningkatan penjualan.
6. Total biaya meliputi opportunity cost dan piutang tak tertagih.
7. Untuk mengetahui apakah tambahan investasi piutang tersebut menguntungkan atau tidak maka tambahan keuntungan dibandingkan dengan total harga.
8. Apabila tambahan keuntungan lebih kecil dari total biaya maka berarti penambahan investasi piutang tersebut tidak menguntungkan, tetapi apabila tambahan keuntungan lebih besar dari total biaya maka tambahan investasi piutang tersebut menguntungkan, sehingga selanjutnya perlu dihitung efektifitas dari tambahan investasi piutang tersebut.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum PT. Sumber Nyala Samudra di Muncar

PT. Sumber Nyala Samudra adalah jenis perusahaan perseorangan yang bergerak dibidang perikanan khususnya budidaya udang. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 September 1987 dan pada tahun 1988 PT. Sumber Nyala Samudra mulai berproduksi yang secara langsung dikelola oleh Bapak Samuel Sasmita selaku pimpinan perusahaan dan sekaligus pemilik perusahaan dengan didukung oleh 15 tenaga kerja.

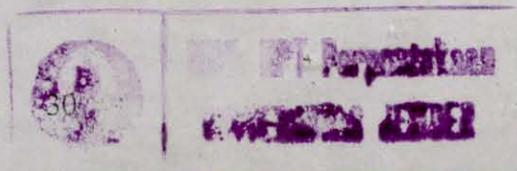
PT. Sumber Nyala Samudra didirikan di atas lahan seluas kurang lebih delapan belas hektar yang berlokasi di Desa Sumber Beras Krajan RT. 13 Ringin Putih Muncar Bayuwangi. Pada mulanya PT. Sumber Nyala Samudra hanya memproduksi udang putih saja akan tetapi semakin meningkatnya permintaan dan juga perkembangan perusahaan yang semakin besar maka PT. Sumber Nyala Samudra mencoba untuk memproduksi udang jenis lain yaitu udang windu.

Prinsip yang dipegang oleh pimpinan yaitu dengan beranaggapan untuk mencapai sukses suatu perusahaan sangat tergantung pada terjalinnya hubungan baik antara pimpinan dan para karyawannya, antara perusahaan dan masyarakat sekitarnya serta antara perusahaan dan konsumen.

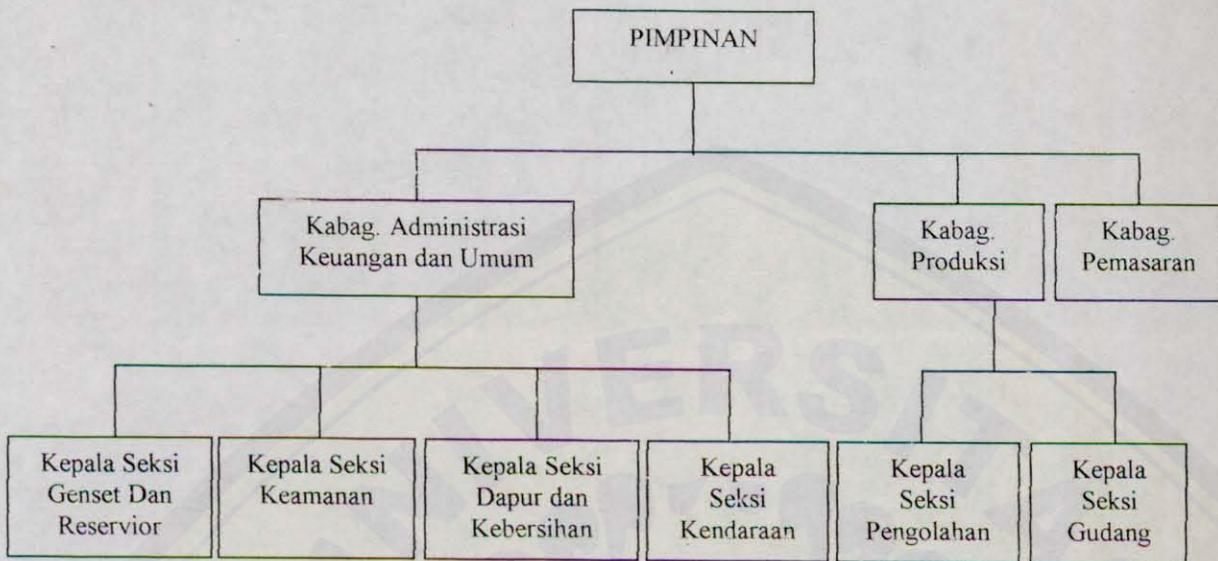
##### 4.1.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu gambaran secara skematis tentang hubungan kerjasama orang-orang yang terdapat dalam suatu badan dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan.

Organisasi merupakan faktor penting dalam perusahaan dalam mencapai tujuannya, karenanya perusahaan perlu sekali memiliki struktur organisasi yang baik sebagai suatu fungsi dalam rangka kerja serta pembagian kerja menurut bagian-bagiannya. Menentukan tugas dan tanggung jawab serta tata hubungan kerja yang dapat menimbulkan kondisi kerja yang harmonis dan efisien sehingga akan mencegah kemungkinan persoalan yang timbul dalam perusahaan.



Adapun bagian struktur organisasi PT. Sumber Nyala Samudra dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini :



Gambar 4.1 : Struktur Organisasi PT. Sumber Nyala Samudra

Sumber Data : PT. Sumber Nyala Samudra

Untuk lebih memahami makna dari struktur organisasi tersebut diatas maka berikut ini dijelaskan tugas dari masing-masing bagian yang ada.

#### 1. Pimpinan

Pimpinan yang juga sebagai pemilik perusahaan adalah penanggung jawab seluruh bagian operasional perusahaan secara keseluruhan yang mempunyai tugas-tugas sebagai berikut :

- Membuat perencanaan dan mengambil keputusan perusahaan,
- Memegang kendali perusahaan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan,
- Melaksanakan dan membina kegiatan-kegiatan dalam hubungannya dengan pihak diluar perusahaan,
- Mengadakan dan menandatangani segala perjanjian dengan pihak diluar perusahaan, dan
- Mengadakan pengawasan secara umum terhadap pelaksanaan kegiatan perusahaan.

## 2. Kepala Bagian Administrasi Keuangan dan Umum

Tugas-tugas dari kepala bagian administrasi keuangan dan umum adalah

- a. Mencatat anggaran pendapatan dan pengeluaran perusahaan,
- b. Mengatur dan melaksanakan pembukuan perusahaan,
- c. Menyiapkan laporan keuangan perusahaan dan laporan tentang hasil produk perusahaan secara keseluruhan pada akhir periode, dan
- d. Melaksanakan pembayaran upah dan gaji karyawan perusahaan.

Dalam melaksanakan tugas-tugasnya Kepala Bagian Administrasi Keuangan dan Umum dibantu/membawahi :

### 1. Seksi Keamanan

Yaitu menjaga keamanan agar situasi perusahaan menjadi tenang

### 2. Seksi Dapur/Kebersihan

Yaitu bertugas menyediakan kebutuhan konsumsi perusahaan, sekaligus menjaga kebersihan lingkungan perusahaan.

### 3. Seksi Kendaraan

Yaitu bertugas menjalankan sekaligus mengurus kendaraan perusahaan.

### 4. Seksi Genset dan Reservoir

Bertugas untuk masalah pengadaan pembangkit listrik, sedangkan seksi reservoir bertugas menjaga saluran distribusi air, baik untuk keperluan produksi maupun untuk keperluan lainnya.

## 3. Kepala Bagian Produksi

Tugas-tugas dari kepala bagian produksi adalah

- a. Menjalankan kegiatan proses produksi mulai persiapan tabur sampai selesai,
- b. Merencanakan produksi, pemakaian bahan baku, dan bahan penolong,
- c. Mengadakan pengawasan jalannya proses produksi, dan
- d. Bertanggung jawab terhadap hasil produksi baik kualitas maupun kuantitas.

Dalam menjalankan tugasnya Kepala bagian Produksi dibantu oleh :

### 1. Seksi Pengolahan

- menentukan komposisi dari masing-masing bahan baku dan bahan penolong yang diolah, dan
- melakukan pengolahan tanah dulu sebelum ditabur benur.

2. Seksi Gudang
  - bertugas untuk menyimpan bahan baku dan peralatan yang digunakan serta mengadakan pengecekan terhadap barang-barang gudang.
4. Kepala Bagian Pemasaran
  - a. Mengadakan seleksi terhadap para calon konsumen dalam pemberian fasilitas kredit,
  - b. Mengurus perijinan yang berhubungan dengan masalah pemasaran, dan
  - c. Mengurus pendistribusian utang hingga sampai kepada pihak konsumen.

#### **4.1.2 Aspek Personalia**

PT. Sumber Nyala Samudra merupakan perusahaan yang memerlukan tenaga kerja yang cukup banyak, ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Dengan tersedianya tenaga kerja yang cukup akan menjamin kelancaran proses produksi, karena tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi utama yang selalu ada pada perusahaan untuk menjalankan aktifitasnya. Berapapun besarnya modal, hebatnya tehnologi, tanpa adanya faktor manusia sebagai pelaksana yang akan mewujudkan tujuan yang akan dicapai maka semua itu tidak akan ada artinya sama sekali.

##### **Jumlah Tenaga Kerja**

Kegiatan produksi tidak hanya membutuhkan bahan baku dan mesin tetapi manusia juga dibutuhkan untuk mengoperasikan dan menyempurnakan kegiatan tersebut. Pada saat ini PT. Sumber Nyala Samudra telah memperkerjakan karyawan sebanyak 30 orang yang terdiri dari 20 orang karyawan tetap dan 10 orang karyawan tidak tetap.

##### **4.1.2.1 Sistem Gaji dan Upah**

Cara untuk pengupahan tenaga kerja jenis bulanan dilakukan setiap bulan sekali. Sedangkan untuk tenaga kerja harian yang diupah setiap minggu sekali (mingguan), yaitu tiap hari sabtu. Selain gaji dan upah yang diberikan kepada karyawan, karyawan juga menerima jaminan sosial dan kesejahteraan yang berupa:

- Uang panen : diberikan setiap minggu sekali pada waktu panen,
- Bonus : diberikan setiap kali siklus produksi yaitu akhir produksi,
- Tunjangan Hari Raya, dan
- Kesejahteraan untuk karyawan disediakan fasilitas penginapan dan juga pemberian jatah makan.

Tabel 4.1: PT. Sumber Nyala Samudra, Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja dan Rata-rata Upah Perhari Tahun 2000 sampai dengan 2003

<b>Tahun</b>	<b>Upah Perhari (Rupiah)</b>	<b>Jumlah Tenaga Kerja (Orang)</b>
2000	15.000	30
2001	16.000	30
2002	17.000	30
2003	18.000	30

Sumber Data : PT. Sumber Nyala Samudra

#### 4.1.2.2 Hari dan Jam Kerja

Setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki jadwal kerja, karena dengan adanya jadwal yang pasti maka masing-masing pihak yang berkepentingan merasa tidak dirugikan. Jadwal jam kerja PT. Sumber Nyala Samudra mulai hari senin sampai minggu, yaitu :

Sift I

Kerja : Pukul 07.00 – 11.00 WIB

Istirahat : Pukul 11.00 – 13.00 WIB

Kerja : Pukul 13.00 – 16.00 WIB

Sift II

Kerja : Pukul 17.00 – 21.00 WIB

Istirahat : Pukul 21.00 – 24.00 WIB

Kerja : Pukul 24.00 – 06.00 WIB

### 4.1.3 Aspek Produksi

#### 4.1.3.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan-bahan yang dipergunakan untuk budidaya udang yang diproduksi oleh PT. Sumber Nyala Samudra adalah sebagai berikut :

1. Bahan baku yang terdiri dari benur putih dan benur windu.
2. Bahan penolong yang terdiri dari Pengolah tanah, Pakan, dan Pemupukan antara lain : urea, pengapuran, tesit dan dolomit.

Untuk mengetahui perkembangan harga bahan baku dan bahan penolong dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perkembangan Harga Rata-rata Bahan Baku dan Rata-rata Bahan Penolong Tahun 2000 sampai dengan 2003

No	Jenis Bahan	Satuan	2000 (Rupiah)	2001 (Rupiah)	2002 (Rupiah)	2003 (Rupiah)
I	Bahan baku					
1	Benur putih	Ekor	16	12	15	15
2	Benur windu	Ekor	20	15	15	25
II	Bahan Penolong					
1	Pengolah tanah	Perpetak (5x10m <sup>2</sup> )	300.000	350.000	400.000	425.000
2	Pakan	Kg	4.500	5.000	6.500	7.000
3	Urea	Kg	800	900	1.000	1.100
4	Tesit	Kg	1.750	1.750	1.750	1.750
5	Pengapuran	Kg	250	290	330	350
6	Dolomit		180	200	230	250

Sumber data : PT. Sumber Nyala Samudra

#### 4.1.3.2 Peralatan yang Digunakan

Pelaksanaan aktivitas budidaya udang, perusahaan perlu menggunakan mesin dan peralatan. Masing-masing peralatan tersebut mempunyai fungsi sendiri-sendiri sesuai dengan kebutuhan produksi. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi antara lain :

1. Generator : sebagai pembangkit tenaga listrik disamping PLN
2. Kincir : sebagai alat oksigen
3. Bak beton/petakan yang berfungsi sebagai tempat produksi
4. Saluran air yang berupa selokan dan pipa gunanya untuk mendistribusikan air
5. Timba : tempat pakan
6. Jaring : sebagai alat untuk menangkap udang yang dipanen
7. Keranjang : sebagai tempat udang yang dipanen
8. Pompa : sebagai alat untuk menyedot air
9. Baling-baling : sebagai kipas yang berputar di air
10. Kayu balok : sebagai penutup dam
11. Sekrup : sebagai alat penggerak tanah
12. Dinamo : sebagai alat penggerak mesin

#### 4.1.3.3 Proses Produksi

Tahapan-tahapan dalam melaksanakan proses produksi pada PT. Sumber Nyala Samudra adalah

Tahap pertama yaitu Pada tahap ini yang dilakukan pertama kali adalah pengeringan tanah terlebih dahulu, kegiatan ini dilakukan sebelum diadakan kegiatan pemasukan air dari sungai yang bertujuan untuk menghilangkan gatal-gatal yang ada pada tanah tambak dari bekas sisa-sisa pemeliharaan udang sebelumnya. Pengeringan ini juga bertujuan untuk memanaskan tanah agar bisa menyimpan oksigen yang berguna untuk pertumbuhan udang.

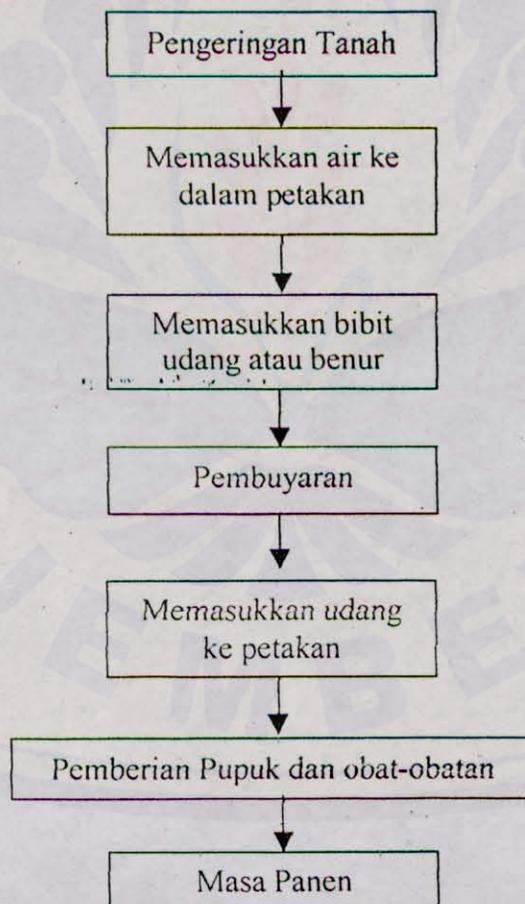
Tahap kedua yaitu memasukkan air dari sungai ke petakan tambak lewat saluran air (labon) yang tersedia, air dibiarkan sampai jernih di dalam petakan-petakan tambak dan cara pengisiannya dengan penyaringan supaya air yang masuk bisa bersih dari hamapenyakit, misalnya kemasukan ular dan juga ikan yang besar dari sungai. Air yang dimasukkan tidak secara serentak namun dimasukkan sedikit demi sedikit.

Tahap ketiga yaitu memasukkan bibit udang atau benur ke dalam tambak, kegiatan ini dilaksanakan bila air yang ada dalam tambak sudah kelihatan jernih. Selama kurang lebih satu minggu dari mulai tahap memasukkan air baru benur boleh dimasukkan dalam petakan khusus serta ganggang sudah mulai tumbuh.

Tahap keempat yaitu tahap pembuyaran, kegiatan ini dilaksanakan apabila benur yang berada dipetakan khusus tadi sudah mencapai umur kurang lebih satu bulan dan juga harus melihat petakan-petakan yang lainnya. Apabila ganggangnya sudah tumbuh tinggi baru boleh dilakukan pembuyaran ke petakan-petakan lain yang tersedia dan apabila ganggangnya belum tinggi maka harus ditunggu sampai beberapa hari lagi supaya pertumbuhan ganggang di petakan lain tidak terganggu. Seterusnya udang yang telah dilepaskan dibiarkan sambil diberi pupuk dan obat-obatan yang khusus untuk pertumbuhan sampai pada saatnya panen.

Tahap kelima yaitu tahap terakhir atau masa panen, udang yang dipelihara apabila pada saat panen tiba udang ini sudah siap dijual, kira-kira berumur enam bulan.

Untuk lebih jelasnya tentang proses produksi PT. Sumber Nyala Samudra dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut :



Gambar 4.2 : Proses Produksi PT. Sumber Nyala Samudra  
Sumber Data : PT. Sumber Nyala Samudra

Di dalam proses produksinya PT. Sumber Nyata Samudra telah menghasilkan peningkatan volume produksi yang dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3 : PT. Sumber Nyata Samudra, Perkembangan Volume Produksi Antara Tahun 2000 sampai dengan Tahun 2003

Tahun	Volume Produksi (Kg)
2000	67.500
2001	70.000
2002	81.000
2003	90.000

Sumber data : PT. Sumber Nyata Samudra

Besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4 : PT. Sumber Nyata Samudra Perkembangan Biaya Produksi, Administrasi dan Umum Tahun 2000 Sampai Dengan 2003

Jenis Biaya	Ket	2000	2001	2002	2003
<b>Biaya Produksi</b>					
1. Biaya Bahan Baku	V	130.600.000	156.800.000	122.400.000	198.000.000
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	V	18.900.000	20.280.000	21.480.000	31.100.000
3. Biaya FOH					
- Bahan Penolong	V	310.100.000	406.136.000	500.557.000	627.510.000
- Gaji staf bag. Produksi	T	52.700.000	64.200.000	73.400.000	90.700.000
- Kesejahteraan	T	9.250.000	7.970.000	10.700.000	14.060.000
- Penyusutan pabrik	T	297.100.000	303.750.000	316.750.000	344.250.000
- Pemeliharaan	SV	8.700.000	10.000.000	12.500.000	13.600.000
- Bahan bakar	SV	11.000.000	12.440.000	13.660.000	14.320.000
- Lain-lain	SV	5.350.000	6.520.000	8.200.000	10.000.000
<b>Jumlah Biaya FOH tetap</b>	T	<b>359.050.000</b>	<b>375.920.000</b>	<b>400.850.000</b>	<b>449.010.000</b>
<b>Jumlah Biaya FOH semi variabel</b>	SV	<b>25.050.000</b>	<b>28.960.000</b>	<b>34.360.000</b>	<b>37.920.000</b>
<b>Biaya Administrasi &amp; Umum</b>					
- Gaji staf bag. Adm & Umum	T	20.700.000	32.400.000	51.480.000	61.200.000
- Kesejahteraan	T	4.500.000	3.960.000	6.200.000	7.100.000
- Penyusutan kantor	T	1.950.000	2.500.000	3.750.000	4.100.000
- Tarif listrik	SV	82.300.000	96.000.000	144.000.000	221.300.000
- Telepon	SV	980.000	1.200.000	3.000.000	4.800.000
- Administrasi kantor	SV	610.000	700.000	820.000	960.000
- Pemeliharaan	SV	2.100.000	2.800.000	2.800.000	3.100.000
<b>Jumlah Biaya Adm. Semi Variabel</b>	SV	<b>85.990.000</b>	<b>100.700.000</b>	<b>150.710.000</b>	<b>230.000.000</b>

Sumber data : PT. Sumber Nyata Samudra

Keterangan : V = biaya variabel

T = biaya tetap

SV = biaya semi variabel

#### 4.1.4 Aspek Pemasaran

Daerah pemasaran dari hasil produksi PT. Sumber Nyala Samudra antara lain meliputi daerah atau kawasan Jawa bagian timur diantaranya Banyuwangi, Bondowoso, Jember dan Bali karena hasil produknya kebanyakan diambil langsung oleh kosturit (pabrik) gudang pendingin. Sehingga menimbulkan suatu kecenderungan kepada pihak pembeli atau konsumen untuk datang langsung kepada pihak produsen.

Dalam proses jual belinya biasanya pihak produsen tidak terlalu banyak menanggung resiko karena produk yang dibeli langsung dibawa sendiri oleh pembeli atau konsumen jadi produsen tidak perlu mengantar produknya ke konsumen. Sehingga pada umumnya saluran distribusi yang digunakan PT. Sumber Nyala Samudra adalah saluran distribusi langsung yaitu pihak produsen ke konsumen tanpa melalui perantara dengan distribusi semacam ini pihak perusahaan tidak akan mengeluarkan biaya transportasi yaitu pengantaran.

Adapun penjualan atau perkembangan harga jual minimum udang putih dan udang windu dari tahun 2000 sampai dengan 2003 dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini .

Tabel 4.5 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perkembangan Harga Jual Kredit Tahun 2000 Sampai Dengan 2003

Tahun	Udang Putih (Rupiah)	Udang Windu (Rupiah)
2000	38.000	45.000
2001	35.000	43.000
2002	33.000	42.000
2003	31.500	41.000

Sumber data : PT. Sumber Nyala Samudra

Dalam menetapkan pembayaran dari konsumen PT. Sumber Nyala Samudra menggunakan cara-cara yang umum dalam transaksi perdagangan, yaitu :

a. Pembayaran Tunai

Suatu transaksi penjualan dimana perusahaan menerima pembayaran langsung dari konsumen sebesar jumlah produk yang dijualnya.

b. Pembayaran dengan Tenggang Waktu (Kredit)

Suatu transaksi jual beli dimana konsumen menerima barangnya terlebih dahulu, mengenai pembayarannya dilakukan kemudian dengan jangka waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selama ini perusahaan menetapkan jangka waktu pembayaran kredit selama 30 hari.

Tabel 4.6 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perkembangan Biaya Pemasaran Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003

Jenis Biaya	Ket	2000	2001	2002	2003
<b>Biaya Pemasaran</b>					
- Gaji staf bagian pemasaran	T	6.700.000	10.800.000	17.280.000	30.600.000
- Kesejahteraan	T	1.800.000	1.370.000	2.195.000	3.000.000
- Penyusutan alat pemasaran	T	975.000	1.300.000	2.700.000	3.200.000
- Pemeliharaan alat pemasaran	SV	1.320.000	2.250.000	3.000.000	3.600.000
- BBM	SV	3.850.000	4.400.000	4.700.000	5.100.000
Jumlah Biaya pemasaran semi variabel		5.170.000	6.650.000	7.700.000	8.700.000

Sumber data : PT. Sumber Nyala Samudra

#### 4.1.5 Volume Penjualan

Kebijaksanaan penjualan yang selama ini dilakukan oleh perusahaan yaitu berdasarkan komposisi 40% dari volume penjualan dijual secara tunai dan 60% selebihnya dijual secara kredit.

Adapun perkembangan volume penjualan selama 4 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut .

Tabel 4.7 : PT. Sumber Nyala Samudra ,Perkembangan Volume Penjualan Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003

Jenis Udang Dan Tahun	Volume Penjualan (kg)	Harga (Rp)	Hasil Penjualan Tunai 40%	Hasil Penjualan Kredit 60%	Total Penjualan (Rp)
Putih					
2000	42.000	38.000	638.400.000	957.600.000	1.596.000.000
2001	45.500	35.000	637.000.000	955.500.000	1.592.500.000
2002	52.000	33.000	686.400.000	1.029.600.000	1.716.000.000
2003	58.500	31.500	737.100.000	1.105.650.000	1.824.750.000
Windu					
2000	25.000	45.000	450.000.000	675.000.000	1.125.000.000
2001	24.000	43.000	412.800.000	619.200.000	1.032.000.000
2002	28.800	42.000	483.840.000	725.760.000	1.209.600.000
2003	31.200	41.000	511.680.000	767.520.000	1.279.200.000

Sumber data : PT. Sumber Nyala Samudra

Dengan adanya kebijaksanaan penjualan yaitu 40% dijual tunai dan 60% dijual kredit maka PT. Sumber Nyala Samudra akan terjadi piutang yang akan dibayar oleh pembeli pada saat jatuh tempo sesuai dengan jangka waktu pengumpulan piutang yaitu selama dua puluh hari. Jumlah piutang tahun 2003 dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.8 : PT. Sumber Nyala Samudra, Jumlah Piutang Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003

Tahun	Udang Putih (Rupiah)	Udang Windu (Rupiah)
2000	53.200.000	37.500.000
2001	53.083.333	34.500.000
2002	57.200.000	40.320.000
2003	61.425.000	42.640.000

Sumber data : Tabel 4.7 diolah

Akibat dari adanya penjualan kredit perusahaan juga harus menanggung resiko tidak tertagihnya piutang. Jumlah piutang yang tidak tertagih dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4.9 : PT. Sumber Nyala Samudra, Jumlah Piutang Tak Tertagih Tahun 2000 Sampai Dengan 2003.

Tahun	Piutang Tak Tertagih (Rupiah)
2000	10.474.000
2001	11.200.000
2002	13.000.000
2003	13.900.000

Sumber data : PT. Sumber Nyala Samudra

## 4.2 Hasil dan Pembahasan

### 4.2.1 Kebutuhan Tambahan Investasi Piutang

Untuk mengetahui besarnya tambahan dana dengan adanya kenaikan penjualan kredit pada PT. Sumber Nyala Samudra maka dihitung melalui tahap-tahap

a. Ramalan penjualan kredit tahun 2004

Rencana penjualan utang yang akan dicapai oleh perusahaan, dapat dihitung berdasarkan perkembangan data empat tahun terakhir, yaitu mulai tahun 2000 sampai dengan 2003 dengan metode Moment. Dengan adanya rencana kebijaksanaan pelonggaran kreditnya, pada tahun 2004 perusahaan menetapkan komposisi penjualannya dengan perbandingan 30% tunai dari total volume penjualan masing-masing jenis produk dan 70% dijual dengan cara kredit. Adapun rencana penjualan kredit yang dilaksanakan oleh PT. Sumber Nyala Samudra dari masing-masing jenis utang dapat dihitung dengan cara berikut ini .

Tabel 4.10 : PT. Sumber Nyala Samudra, Rencana Penjualan Kredit Tahun 2004

Jenis Utang	Volume Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp)	Total Penjualan (Rp)
Utang Putih	44.450	29.578,5	1.314.764.325
Utang Windu	23.170	39.729	920.520.930

Sumber data : Lampiran 2 dan 3 diolah

## b. Tingkat perputaran piutang

Untuk mencari tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tingkat perputaran piutang} = \frac{360}{\text{Hari pengumpulan piutang}}$$

Jadi data yang diperlukan adalah jumlah hari dalam satu tahun (360 hari) dan hari pengumpulan piutang. Sehingga besarnya tingkat perputaran piutang perusahaan pada tahun 2004 adalah  $360 / 30 = 12$  kali, berarti bahwa perusahaan dalam satu tahun melakukan pengumpulan piutangnya terjadi sebanyak 12 kali.

## c. Tingkat piutang

Dalam menentukan tingkat piutang digunakan rumus, sebagai berikut :

$$\text{Tingkat Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Tingkat Perputaran Piutang}}$$

Dari rumus diatas maka perhitungan tingkat piutang dari masing-masing jenis udang adalah sebagai berikut :

$$\text{Udang Putih} = \frac{\text{Rp.1.314.764.325}}{12} = \text{Rp.109.563.695,8}$$

$$\text{Udang Windu} = \frac{\text{Rp.920.520.930}}{12} = \text{Rp.76.710.077,5}$$

## d. Jumlah tambahan investasi yang akan digunakan untuk investasi piutang pada tahun 2004

Tambahan dana yang akan diinvestasikan dalam piutang sehubungan dengan peningkatan volume penjualan kredit dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tambahan Investasi} = \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Harga Jual}} \times \text{Tambahan tingkat piutang}$$

Dari rumus diatas, data yang harus dicari adalah biaya variabel per kg dari masing-masing jenis udang. Adapun biaya variabel yang dianggarkan pada tahun 2004 dari masing-masing jenis udang dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini.

Tabel 4.11: PT. Sumber Nyala Samudra, Total biaya variabel

Jenis Biaya	Biaya Variabel (Rp)
- Biaya produksi variabel	856.610.000,-
- Biaya FOH variabel (dari biaya FOH semi variabel)	165.500.995,-
- Biaya administrasi dan umum variabel (dari biaya administrasi dan umum semi variabel)	1.891.567.750,-
- Biaya pemasaran variabel (dari biaya pemasaran semi variabel)	42.542.150,-
	Rp. 2.956.220.895,-

Sumber data : Lampiran 5, 6, 7 diolah

Setelah diketahui besarnya total biaya variabel, maka dapat dihitung biaya variabel per kg dengan memakai nilai jual relatif seperti pada tabel 4.12, berikut ini :

Tabel 4.12 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perhitungan alokasi biaya variabel per kg tahun 2004

Jenis Udang	Penjualan (Kg) (1)	Harga Jual (Rp) (2)	Nilai Jual Relatif (3)	Total Penjualan (4) = 1 x 2	Alokasi Biaya (5) = 4 x 2.956.220.895	Biaya Variabel (Rp) (6) = 5:1
Putih	63.500	29.578,5	0,58818	1.878.234.700	1.738.790.006	27.382,5
Windu	33.100	39.729	0,41181	1.315.029.900	1.217.401.327	36.779,4
				3.193.029.900		

Sumber data : Lampiran 2 dan 3 diolah

Setelah biaya variabel per kg dari masing-masing jenis udang diketahui, langkah selanjutnya adalah mengadakan estimasi harga jual udang pada tahun 2004. Estimasi harga jual tersebut perlu dilakukan karena melihat data harga jual tahun-tahun yang lalu mengalami penurunan dan kenaikan pada periode selanjutnya. Adapun estimasi harga jual dari setiap jenis udang dapat dilihat pada tabel 10. Dari kedua data pada tabel 10 masih belum dapat dilaksanakan perhitungan tambahan dana, sehingga masih diperlukan suatu data lagi yaitu kenaikan atau tambahan tingkat piutang yang dalam perhitungannya dapat dilihat di tabel 4.13 berikut ini.

Tabel 4.13 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perhitungan Tambahan Investasi Piutang Tahun 2004

No	Jenis Udang	Jumlah Piutang	Jumlah Piutang	Tambahan
		2003 (Rp)	2004 (Rp)	Piutang (Rp)
1	Udang Putih	61.425.000	109.563.693,8	48.138.693,8
2	Udang Windu	42.640.000	76.710.077,5	34.070.077,5

Sumber data : Tabel 4.8 dan 4.10 diolah

Setelah data-data yang diperlukan tersedia, maka tambahan dana yang akan dipergunakan untuk investasi piutang tahun 2004 dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{- Udang Putih} &= \frac{Rp.27.382,5}{29.578,5} \times Rp.48.138.693,8 = Rp. 44.564.727,18 \\
 \text{- Udang Windu} &= \frac{Rp.36.779,4}{39.729} \times Rp.34.070.077,5 = Rp. 31.540.612,86 \\
 \text{Tambahan Investasi} &= Rp. 76.105.340,04
 \end{aligned}$$

#### 4.2.2 Menghitung Efektivitas Investasi Piutang

Untuk mengetahui besarnya efektivitas investasi piutang tahun 2004 pada PT. Sumber Nyala Samudra dapat dihitung melalui tahap-tahap, sebagai berikut :

##### a. Tambahan keuntungan

Besarnya tambahan keuntungan yang dapat diperoleh PT. Sumber Nyala Samudra sehubungan dengan peningkatan volume penjualan kreditnya, dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tambahan keuntungan} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Harga Jual}} \times \text{tambahan penjualan kreditnya}$$

Dari rumus diatas langkah-langkah yang perlu dilaksanakan adalah menentukan tingkat contribution margin per kg dari masing-masing jenis udang yang dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini :

Tabel 4.14 : PT. Sumber Nyala Samudra, Contribution Margin per kg udang tahun 2004

No	Jenis Udang	Harga Jual (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Contribution Margin Kg (Rp)
1	Udang Putih	29.578,5	27.328,5	2.196
2	Udang Windu	39.729	36.779,4	2.949,6

Sumber data : Tabel 4.10 dan 4.12 diolah

Setelah tingkat contribution margin per kg diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menghitung tambahan kenaikan penjualan kredit dari masing-masing jenis udang yang dalam perhitungan dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini .

Tabel 4.15 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perhitungan tambahan penjualan kredit udang tahun 2004

No	Jenis Udang	Penjualan Kredit 2003 (Rp)	Penjualan Kredit 2004 (Rp)	Kenaikan Penjualan Kredit (Rp)
1	Udang Putih	1.105.650.000	1.314.764.325	209.114.325
2	Udang Windu	767.520.000	920.520.930	153.000.930

Sumber data : Tabel 4.7 dan 4.10 diolah

Setelah data yang diperlukan tersedia, maka tambahan keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari kenaikan penjualan kredit masing-masing jenis udang dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\text{- Udang Putih} = \frac{2.196}{29.578,5} \times \text{Rp.}209.114.325 = \text{Rp.} 15.525.299,04$$

$$\text{- Udang Windu} = \frac{2.949,6}{39.729} \times \text{Rp.}153.000.930 = \text{Rp.} 11.359.247,48$$

$$\text{Tambahan keuntungan} = \text{Rp.} 26.884.546,52$$

#### b. Tambahan biaya

Untuk mengetahui tambahan biaya sehubungan dengan pelonggaran kredit, terlebih dahulu perlu menghitung besarnya tambahan piutang yang tidak tertagih antara tahun 2003 sampai dengan tahun 2004. Setelah tambahan piutang yang tak

tertagih diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menghitung opportunity cost daripada tambahan dana yang akan diinvestasikan dalam piutang tahun 2004.

Besarnya opportunity cost dihitung berdasarkan tingkat bunga bank rata-rata 19% yang berlaku saat ini. Dengan demikian biaya yang akan dikeluarkan perusahaan sehubungan dengan peningkatan piutang pada tahun 2004, dapat dihitung sebagai berikut .

Tabel 4.16 : PT. Sumber Nyala Samudra, Perkembangan penjualan kredit dan piutang tak tertagih tahun 2000 sampai dengan tahun 2003

Tahun	Jumlah Penjualan Kredit (Rp)	Piutang Tak Tertagih (Rp)
2000	1.632.600.000	10.474.000
2001	1.574.700.000	11.200.000
2002	1.755.360.000	13.000.000
2003	1.873.170.000	13.900.000
	Rp. 6.873.830.000	Rp. 48.574.000

Sumber data : Tabel 4.7 dan 4.9 diolah

Dari tabel 4.16 dapat dihitung rata-rata piutang yang tak tertagih

$$\frac{48.574.000}{6.835.830.000} \times 100\% = 0,71\%$$

- Piutang tak tertagih :

Tahun 2004 :  $0,71\% \times \text{Rp. } 2.235.285.255 = \text{Rp. } 15.870.525,31$

Tahun 2003 = Rp. 13.900.000 -

Tambahan piutang tak tertagih = Rp. 1.970.525,311

- Opportunity cost  $19\% \times \text{Rp. } 76.105.340,04 = \text{Rp. } 14.460.014,61 +$

Tambahan biaya = Rp. 16.430.539,92

### c. Tambahan Rate of Return

Tingkat efektivitas tambahan dana sehubungan adanya rencana kebijaksanaan investasi piutang pada tahun 2004 dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{ROR} &= \frac{\text{Tambahan Keuntungan} - \text{Tambahan Piutang Tak Tertagih}}{\text{Tambahan Investasi}} \\ &= \frac{26.884.546,52 - 1.970.525,311}{76.105.340,04} \times 100\% \\ &= 32,7\% \end{aligned}$$

### 4.3 Pembahasan

Dengan adanya kebijaksanaan penjualan kredit yang ditetapkan oleh PT. Sumber Nyala Samudra untuk dapat meningkatkan perolehan laba perusahaan maka perusahaan merubah kebijaksanaan penjualan kredit tahun 2004 menjadi 30% tunai dan 70% dijual kredit.

Sesuai dengan analisis data, langkah-langkah dalam penentuan tambahan investasi piutang tahun 2004 dan efektivitas investasi dalam piutang apabila dikaitkan dengan peroleh laba dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Ramalan penjualan kredit tahun 2004.

Volume penjualan kredit untuk udang putih sebesar 44.450 kg dengan harga jual kredit per kg Rp. 29.578,5 sehingga total penjualan kredit sebesar Rp. 1.314.764.325,- dan untuk udang windu volume penjualan kredit sebesar 23.170 kg dengan harga jual kredit per kg Rp 39.729,- sehingga total penjualan kredit sebesar Rp 920.520.930,-

#### 2. Tingkat piutang udang putih sebesar Rp. 109.563.693,8 dan untuk udang windu sebesar Rp. 76.710.077,5

#### 3. Jumlah tambahan investasi tahun 2004 untuk udang putih sebesar Rp. 44.564.727,18 dan untuk udang windu sebesar Rp. 31.540.612,86

#### 4. Tambahan keuntungan untuk udang putih Rp. 15.525.299,04 dan udang windu sebesar Rp. 11.359.247,48

Jadi dengan adanya kebijaksanaan kredit tersebut, mengharuskan perusahaan menyediakan dana tambahan untuk investasi piutang sebesar Rp. 76.105.340,04 (=Rp 44.564.727,18 + Rp31.540.612,86) dengan keuntungan yang diperoleh

Perusahaan sebesar Rp 26.884.546,52 (=Rp 15.525.299,04 + Rp 11.359.247,48) keuntungan ini jauh diatas biaya yang harus dikeluarkan sebesar Rp 16.430.539,92. Kebutuhan dana tersebut dapat dipenuhi dengan modal sendiri atau modal asing (kredit bank), walaupun dengan kredit bank itu tetap menguntungkan, tetapi karena perhitungan rate of return menghasilkan 32,7% jauh diatas bunga simpanan bank yang sebesar 19% tetapi jika perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana tersebut dengan modal sendiri akan jauh lebih menguntungkan.

Perbandingan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Suryono (1996) dan Endang Kuswahyuningsih (1997) adalah pada efektivitas investasi piutang adalah dikaitkan dengan peningkatan volume penjualan kredit dan dalam menentukan efektivitas piutangnya dikatakan efektif bila rata-rata pengumpulan piutang tidak melebihi dari jangka waktu kredit yang telah ditetapkan. Sedangkan dalam penelitian ini dikatakan efektif bila nilai pembagian tambahan keuntungan dengan tambahan investasi lebih besar dari rate of return yang disyaratkan. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Suryono dan Endang Kuswahyuningsih adalah sama menghasilkan keuntungan dari adanya kebijaksanaan perusahaan menjual produknya dengan penjualan secara kredit.

**BAB V**  
**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

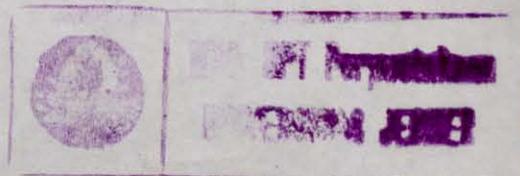
Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan tentang rencana investasi piutang sehubungan dengan peningkatan prosentase volume penjualan kredit menjadi 70% pada PT. Sumber Nyala Samudra tahun 2004, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan adanya penjualan kredit yang meningkat maka dibutuhkan tambahan investasi piutang untuk rencana kebijaksanaan penjualan tahun 2004 sebesar Rp 76.105.340,04.
2. Dengan adanya tambahan biaya sebesar Rp 16.430.539,92 diperoleh keuntungan sebesar Rp 26.884.546,52 dimana untuk udang windu Rp 11.359.247,48 dan untuk udang putih Rp 15.525.299,04. Oleh sebab itu penambahan investasi piutang efektif karena rate of return sebesar 32,7% masih lebih besar dari bunga bank yang berlaku saat ini yaitu sebesar 19%.

**5.2 Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas beberapa saran yang dianjurkan adalah sebagai berikut:

1. Kepada pihak perusahaan, disarankan untuk melaksanakan perencanaan penetapan kebijaksanaan penjualan kredit tahun 2004 dan untuk penambahan piutang apabila menguntungkan dapat diambil dari modal sendiri maupun modal asing mengingat rate of returnnya lebih besar dari bunga bank yang berlaku saat ini.
2. Kepada kalangan akademis, disarankan untuk menambah wawasan tentang efektivitas investasi piutang dengan cara membandingkan rate of return suku bunga bank yang berlaku, untuk digunakan sebagai pemikiran yang lebih luas dalam menyempurnakan atau melengkapi penelitian ini, dan sebagai informasi dan acuan dalam penelitian, khususnya penelitian yang sejenis di masa datang.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Kartadinata. 1990. *Analisis Belanja Dasar-dasar Perhitungan dalam Keputusan Keuangan*, Edisi I, Cetakan Kedua Yogyakarta : BPFE UGM.
- Adisaputra, G dan Asri, M. 1995. *Anggaran Perusahaan*, Buku Kesatu, Edisi Ketiga, Cetakan Kesepuluh. Yogyakarta : BPFE UGM
- Alwi Safaruddin. 1992. *Alat-alat Analisis dalam Pembelanjaan*. Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Yogyakarta : BPFE UI
- Bambang Riyanto. 1995. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi IV, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Badan Penerbit Gajah Mada
- Basu Swasta. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- C. Handoyo Wibisono. 1997. *Manajemen Modal Kerja*. Jilid Satu, Edisi Kelima, Yogyakarta : Erlangga
- Horne Van James C. 1997. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jilid Satu, Edisi Kelima, Terjemahan Fundamental of Financial Manajemen, Penerjemah Marianus Sinaga. Jakarta : Erlangga
- M.Munandar. 1992. *Perencanaan Kerja, Pengkoordinasikan Kerja, Pengawasan Kerja*, Edisi Kelima. Yogyakarta : Liberty
- Suad Husnan, 1985. *Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta
- Weston Fred dan Brigham, F, Eungene. 1997. *Manajemen Keuangan*, Jilid I, Edisi VIII. Terjemahan Managerial Financial. Jakarta : Erlangga

## KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI SARJANA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Nama : Dr. Prasetyo Prabowo

Nomor Mahasiswa : 0203102901743

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIVITAS INVESTASI PIUTANG LADA  
PT. SUMBER NYALA SAMUDRA DI MUNCAR

Pembimbing : Dr. Bambang Ary G., MBA dan Dra. Lilik Parila, M. Si

Tgl. Persetujuan : Mulai tanggal : ..... 19 ..... s/d  
..... 19 .....

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	MASALAH YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	19 Feb 2003	Konsultasi proposal	1.
2.			2.
3.	24-2-2004	Perbaikan proposal	3.
4.		Skripsi Saran	4.
5.	10 Agre 2004	Perbaiki Bab I, II, III	5.
6.			6.
7.	28 msi 2004	Perbaiki semua saran.	7.
8.			8.
9.	5 Jun 2004	Perbaiki semua saran	9.
10.			10.
11.	8 Juni 2004	Perbaikan Bab I & III	11.
12.		Revisi proposal	12.
13.			13.
14.	13 Jun 2004	Perbaiki sesuai saran	14.
15.		Konsep	15.
16.		Unit 2 pemben →	16.
17.		sesuaikan dg. tug →	17.
18.		metode analisis	18.
19.			19.
20.	16 Jun 2004	Bab I - V Ace	20.
21.			21.
22.	24-6-2004	Perbaiki semua saran	22.
23.		Bab I Sp/ V	23.
24.			24.

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	MASALAH YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
25.			25.
26.	23-6-2014	Aca. das I sja V	26.
27.		perbanyak	28.
28.			28.
29.			29.
30.			30.
31.			31.
32.			32.
33.			33.
34.			34.
35.			35.
36.			36.
37.			37.
38.			38.
39.			39.
40.			40.
41.			41.
42.			42.
43.			43.
44.			44.
45.			45.
46.			46.
47.			47.
48.			48.
49.			49.
50.			50.
51.			51.
52.			52.
53.			53.

Lampiran 1 : PT. Sumber Nyala Samudra

Perkembangan Biaya Produksi, Administrasi & Umum dan Pemasaran  
Tahun 2000 sampai dengan tahun 2003

Jenis Biaya	Ket	2000	2001	2002	2003
<b>Biaya Produksi</b>					
1. Biaya bahan baku	V	130.600.000	156.800.000	122.400.000	198.000.000
2. Biaya tenaga kerja langsung	V	18.900.000	20.280.000	21.480.000	31.100.000
3. Biaya FOH					
- Bahan penolong	V	310.100.000	406.136.000	500.557.000	627.510.000
- Gaji staf bagian produksi	T	52.700.000	64.200.000	73.400.000	90.700.000
- Kesejahteraan	T	9.250.000	7.970.000	10.700.000	14.060.000
- Penyusutan pabrik	T	297.100.000	303.750.000	316.750.000	344.250.000
- Pemeliharaan	SV	8.700.000	10.000.000	12.500.000	13.600.000
- Bahan bakar	SV	11.000.000	12.440.000	13.660.000	14.320.000
- Lain-lain	SV	5.350.000	6.520.000	8.200.000	10.000.000
Jumlah Biaya FOH semi variabel		25.050.000	28.960.000	34.360.000	37.920.000
<b>Biaya Administrasi dan Umum</b>					
- Gaji staf bagian Adm & umum	T	20.700.000	32.400.000	51.840.000	61.200.000
- Kesejahteraan	T	4.500.000	3.960.000	6.200.000	7.100.000
- Penyusutan kantor	T	1.950.000	2.500.000	3.750.000	4.100.000
- Tarif listrik	SV	82.300.000	96.000.000	144.000.000	221.300.000
- Telepon	SV	980.000	1.200.000	3.000.000	4.800.000
- Administrasi kantor	SV	610.000	700.000	820.000	960.000
- Pemeliharaan	SV	2.100.000	2.800.000	2.800.000	3.100.000
Jumlah biaya Adm. semi variabel		85.990.000	100.700.000	150.710.000	230.000.000
<b>Biaya Pemasaran</b>					
- Gaji staf bagian pemasaran	T	6.700.000	10.800.000	17.280.000	30.600.000
- Kesejahteraan	T	1.800.000	1.370.000	2.195.000	3.000.000
- Penyusutan alat pemasaran	T	975.000	1.300.000	2.700.000	3.200.000
- Pemeliharaan alat pemasaran	SV	1.320.000	2.250.000	3.000.000	3.600.000
- BBM	SV	3.850.000	4.400.000	4.700.000	5.100.000
Jumlah biaya pemasaran semi variabel		5.170.000	6.650.000	7.700.000	8.700.000

Sumber data : Tabel 4 dan 6

Lampiran 2 : Perhitungan Ramalan Penjualan Udang Putih  
Tahun 2004 (dalam kg)

Tahun	Volume Penjualan (Yi)	Xi	XiYi	Xi <sup>2</sup>
2000	42.000	0	0	0
2001	45.500	1	45.500	1
2002	52.000	2	104.000	4
2003	58.500	3	175.500	9
Jumlah	198.000	6	325.000	14

Sumber : tabel 7 diolah

Rumus yang digunakan :

$$\Sigma Y = a + bX$$

$$\Sigma Y_i = na + b \Sigma X_i$$

$$\Sigma X_i Y_i = a \Sigma X_i + b \Sigma X_i^2$$

sehingga  $\Sigma Y_i = na + b \Sigma X_i$

$$198.000 = 4a + 6b$$

$$\Sigma X_i Y_i = a \Sigma X_i + b \Sigma X_i^2$$

$$325.000 = 6a + 14b$$

$$(1) 4a + 6b = 198.000$$

$$(2) 6a + 14b = 325.000$$

$$12a + 18b = 594.000$$

$$12a + 28b = 650.000$$

$$-10b = -56.000$$

$$b = 5.600$$

$$4a + 6b = 198.000$$

$$4a + 6(5600) = 198.000$$

$$4a + 33.600 = 198.000$$

$$4a = 198.000 - 33.600$$

$$4a = 164.000$$

$$a = 41.100$$

Sehingga persamaan  $Y = 41.100 + 5.600X$   
 $Y$  Tahun 2004  $= 41.100 + (5.600)X$   
 $= 41.100 + 5.600(4)$   
 $= 63.500$

Jadi ramalan penjualan udang putih pada tahun 2004 sebanyak 63.500 kg  
 Sedangkan komposisi penjualan yang direncanakan PT. Sumber Nyala Samudra pada tahun 2004 adalah sebagai berikut :

- Penjualan Tunai = 30% x 63.500 = 19.050 kg
- Penjualan Kredit = 70% x 63.500 = 44.450 kg

Dengan cara yang sama ramalan penjualan tahun 2004 untuk udang windu

Tahun	Y	X	XY	X <sup>2</sup>
2000	25.000	0	0	0
2001	24.000	1	24.000	1
2002	28.800	2	57.600	4
2003	31.200	3	93.600	9
Jumlah	109.000	6	175.200	14

Sumber : Tabel 7 diolah

Rumus yang digunakan :

$$\Sigma Y = a + bX$$

$$\Sigma Y_i = na + b\Sigma X_i$$

$$\Sigma X_i Y_i = a\Sigma X_i + b\Sigma X_i^2$$

sehingga  $\Sigma Y_i = na + b \Sigma X_i$

$$109.000 = 4a + 6b$$

$$\Sigma X_i Y_i = a\Sigma X_i + b\Sigma X_i^2$$

$$175.200 = 6a + 14b$$

$$(1) 4a + 6b = 109.000$$

$$(2) 6a + 14b = 175.200$$

$$12a + 18b = 327.000$$

$$12a + 28b = 350.400$$

$$-10b = -23.400$$

$$b = 2.340$$

$$4a + 6b = 109.000$$

$$4a + 6(2340) = 109.000$$

$$4a + 14.040 = 109.000$$

$$4a = 109.000 - 14.040$$

$$4a = 94.960$$

$$a = 23.740$$

Sehingga persamaan  $Y = 23.740 + 2.340X$

$$Y \text{ Tahun } 2004 = 23.740 + (2.340)4$$

$$= 23.740 + 9.360$$

$$= 33.100$$

Jadi ramalan penjualan utang windu tahun 2004 sebanyak 33.100 kg

Sedangkan komposisi penjualan yang direncanakan PT. Windu Samudra tahun 2004 adalah sebagai berikut :

- Penjualan Tunai =  $30\% \times 33.100 = 9.930 \text{ kg}$
- Penjualan Kredit =  $70\% \times 33.100 = 23.170 \text{ kg}$

Lampiran 3 : Perhitungan Ramalan Harga Jual Udang Putih Tahun 2004 (Rupiah)

Harga jual udang

Tingkat pertambahan rata-rata

$$GM = \frac{{}^nX_1}{X_0} \cdot \frac{{}^nX_2}{X_1} \cdots \frac{{}^nX_{n-1}}{X_{n-2}} \cdot \frac{{}^nX_n}{X_{n-1}}$$

Dimana :

$$n = 3$$

$$X_0 = 38.000$$

$$X_n = 31.500$$

$$GM = \frac{{}^331.500}{38.000}$$

$$= {}^30,828$$

$$\log GM = \frac{1}{3} \log 0,828$$

$$= \frac{1}{3} (-0,0819)$$

$$\log GM = -0,0273$$

$$GM = 0,939$$

$$= 93,9\%$$

Jadi ramalan harga jual udang per kg pada tahun 2004 sebesar :

$$Rp. 34.000 \times 93,9\% = Rp. 29.578,5$$

Dengan perhitungan yang sama diperoleh harga jual udang windu per kg tahun 2004.

$$GM = \frac{{}^nX_1}{X_0} \cdot \frac{{}^nX_2}{X_1} \cdots \frac{{}^nX_{n-1}}{X_{n-2}} \cdot \frac{{}^nX_n}{X_{n-1}}$$

Dimana :

$$X_0 = 45.000$$

$$X_n = 41.500$$

$$GM = \frac{{}^341.000}{45.000}$$

$$= {}^30,9111$$

$$\begin{aligned}\log GM &= \frac{1}{3} \log 0,9111 \\ &= \frac{1}{3} (-0,0404)\end{aligned}$$

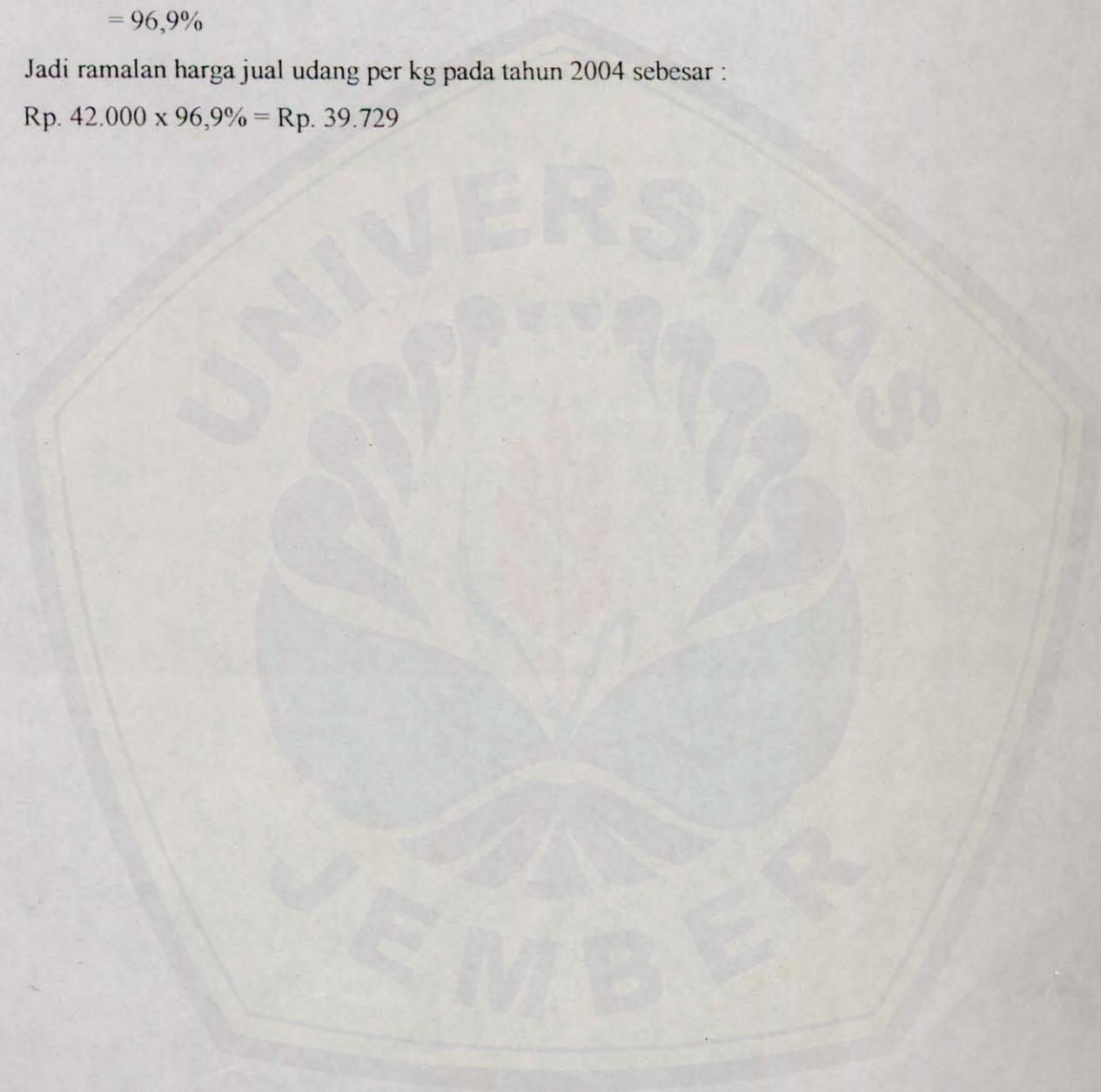
$$\log GM = -0,0134$$

$$GM = 0,969$$

$$= 96,9\%$$

Jadi ramalan harga jual udang per kg pada tahun 2004 sebesar :

$$\text{Rp. } 42.000 \times 96,9\% = \text{Rp. } 39.729$$



Lampiran 4 : Perhitungan Ramalan Harga Benur Tahun 2004 (dalam Rp)

1. Tingkat Pertambahan Rata-rata

$$GM = \frac{{}^nX_1}{X_0} \cdot \frac{{}^nX_2}{X_1} \cdots \frac{X_1}{{}^{n-1}X_{n-1}} \cdot \frac{{}^nX_n}{{}^{n-1}X_{n-1}}$$

Dimana :

$$n = 3$$

$$X_0 = 16$$

$$X_n = 15$$

$$GM = \frac{{}^315}{16}$$

$$= {}^30,9375$$

$$\log GM = \frac{1}{3} \log 0,9375$$

$$= \frac{1}{3} (-0,02802)$$

$$\log GM = -0,00934$$

$$GM = 0,9787$$

$$= 97,87\%$$

Jadi ramalan harga jual udang per kg pada tahun 2004 sebesar :

$$Rp. 15 \times 97,87\% = Rp. 14,68$$

2. Ramalan Benur Windu

$$GM = \frac{{}^nX_1}{X_0} \cdot \frac{{}^nX_2}{X_1} \cdots \frac{X_1}{{}^{n-1}X_{n-1}} \cdot \frac{{}^nX_n}{{}^{n-1}X_{n-1}}$$

Dimana :

$$n = 3$$

$$X_0 = 20$$

$$X_n = 25$$

$$GM = \frac{{}^325}{20}$$

$$= {}^31,25$$

$$\log GM = \frac{1}{3} \log 1,25$$

$$= \frac{1}{3} (0,09691)$$

$$\log GM = -0,0323$$

$$GM = 1,0772$$

$$= 107,72\%$$

Jadi ramalan harga jual udang per kg pada tahun 2004 sebesar :

$$Rp. 25 \times 107,72\% = Rp. 26,93$$

Dengan cara yang sama ramalan harga bahan baku dan bahan penolong pada tahun 2004 dapat diketahui, yaitu :

- Pengolah tanah = Rp. 477.232,5
- Pakan = Rp. 8.092,-
- Pupuk Urea = Rp. 1.223,09
- Tesit = Rp. 1.750,3
- Pengapuran = Rp. 391,-
- Dolomit = Rp. 278,9

Lampiran 5 : Perhitungan Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya FOH Semi Variabel antara tahun 2000 sampai dengan 2003

Tahun	Volume Produksi (unit) (X)	Biaya FOH Semi Variabel (Y)	XY	X <sup>2</sup>
2000	67.500	25.050.000	1.690.875.000.000	4.556.250.000
2001	70.100	28.960.000	2.027.200.000.000	4.900.000.000
2002	81.000	34.360.000	2.783.160.000.000	5.561.000.000
2003	90.000	37.920.000	3.412.800.000.000	8.100.000.000
	308.500	126.290.000	9.914.035.000.000	24.117.250.000

Sumber data : Tabel 3 diolah

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{4(9.914.035.000.000) - (308.500)(126.290.000)}{4(24.117.250.000) - (308.500)^2} \\
 &= \frac{39.656.140.000.000 - 38.960.465.000.000}{96.469.000.000 - 95.172.250.000} \\
 &= \frac{695.675.000.000}{1.296.750.000}
 \end{aligned}$$

$$= 536,47$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - \sum X}{n} \\
 &= \frac{126.290.000 - 308.500}{4} \\
 &= \frac{125.981.500}{4}
 \end{aligned}$$

$$= 31.495.375$$

Jadi biaya variabel yang tergabung dalam biaya FOH semi variabel sebesar 536,47 x 308.500 = Rp. 165.500.995,-

Lampiran 6 Perhitungan Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya Administrasi dan Umum Semi Variabel Antara Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003

Tahun	Volume Produksi Unit X	Biaya Adm & Umum Semi Variabel (Rp) Y	XY	X <sup>2</sup>
2000	67.500	85.990.000	5.804.325.000.000	4.556.250.000
2001	70.100	100.700.000	7.049.000.000.000	4.900.000.000
2002	81.000	150.710.000	12.207.510.000.000	5.561.000.000
2003	90.000	230.160.000	20.700.000.000.000	8.100.000.000
	308.500	567.560.000	45.760.835.000.000	24.117.250.000

Sumber Data : Tabel 3 dan 4 diolah

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{4(45.760.835.000.000) - (308.500)(567.560.000)}{4(24.117.250.000) - (308.500)^2}$$

$$= \frac{183.043.340.000.000 - 175.092.260.000.000}{96.469.000.000 - 95.172.250.000}$$

$$= \frac{7.951.080.000.000}{1.296.750.000}$$

$$= 6.131,5$$

$$a = \frac{\sum Y - \sum X}{n}$$

$$= \frac{567.560.500}{4}$$

$$= \frac{567.560.500}{4}$$

$$= 141.812.875$$

Jadi biaya variabel yang tergabung dalam biaya administrasi 7 umum semi variabel sebesar  $308.500 \times 6.131,5 = \text{Rp. } 1.891.567.750$

Lampiran 7 Perhitungan Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya Pemasaran Semi Variabel Antara Tahun 2000 Sampai Dengan Tahun 2003

Tahun n	Volume Produksi Unit X	Biaya Adm & Umum Semi Variabel (Rp) Y	XY	X <sup>2</sup>
2000	67.500	5.170.000	348.975.000.000	4.556.250.000
2001	70.100	6.650.000	465.500.000.000	4.900.000.000
2002	81.000	7.700.000	623.700.000.000	5.561.000.000
2003	90.000	8.700.000	783.000.000.000	8.100.000.000
	308.500	28.220.000	1.692.575.000.000	24.117.250.000

Sumber Data : Tabel 3 dan 6 diolah

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{4(2.221.175.000.000) - (308.500)(28.220.000)}{4(24.117.250.000) - (308.500)^2} \\
 &= \frac{8.880.700.000.000 - 8.705.870.000.000}{96.469.000.000 - 95.172.250.000} \\
 &= \frac{178.930.000.000}{1.296.750} \\
 &= 137,9
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - \sum X}{n} \\
 &= \frac{28.220.000 - 308.500}{4} \\
 &= \frac{27.911.500}{4} \\
 &= 6.977.875
 \end{aligned}$$

Jadi biaya variabel yang tergabung dalam biaya pemasaran semi variabel sebesar  $137,9 \times 308.500 = \text{Rp } 42.542.150$

**KARTU KONSULTASI**  
**BIMBINGAN SKRIPSI SARJANA FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**

Nama : Dr. Prastyo Prabowo  
 Nomor Mahasiswa : 020310201743  
 Jurusan : Manajemen  
 Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIVITAS INVESTASI PIUTANG PADA  
PT. SUMBER NYALA SAMUDRA DI MUNCAR  
 Pembimbing : Dr. Prastyo Aryo J., MBA dan Dra. Lili K. Purba, M. Ed.  
 Tgl. Persetujuan : Mulai tanggal : 19 .....s/d  
 ..... 19.....

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	MASALAH YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	19 Feb 2003	Konsultasi proposal	1.
2.			2.
3.	4-2-2003	Perbaikan proposal	3.
4.		semen saran	4.
5.	10 April 2003	Perbaikan Bab I, II, III	5.
6.			6.
7.	10 April 2003	Perbaikan Bab I, II, III	7.
8.			8.
9.	5 Juni 2004	Perbaikan sesuai saran	9.
10.			10.
11.	8 Juni 2004	Perbaikan Bab I & III	11.
12.		kelecewaan	12.
13.			13.
14.	3 Juni 2004	Perbaikan sesuai saran	14.
15.		kelecewaan	15.
16.		kelecewaan	16.
17.		kelecewaan	17.
18.		kelecewaan	18.
19.			19.
20.	16 Juni 2004	Bab I & III	20.
21.			21.
22.	24-6-2004	Perbaikan sesuai saran	22.
23.		Bab I & III	23.
24.			24.

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	MASALAH YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
25.			25.
26.	23-6-2004	Acc. das I sja V	26.
27.		perbanyak	28.
28.			28.
29.			29.
30.			30.
31.			31.
32.			32.
33.			33.
34.			34.
35.			35.
36.			36.
37.			37.
38.			38.
39.			39.
40.			40.
41.			41.
42.			42.
43.			43.
44.			44.
45.			45.
46.			46.
47.			47.
48.			48.
49.			49.
50.			50.
51.			51.
52.			52.
53.			53.