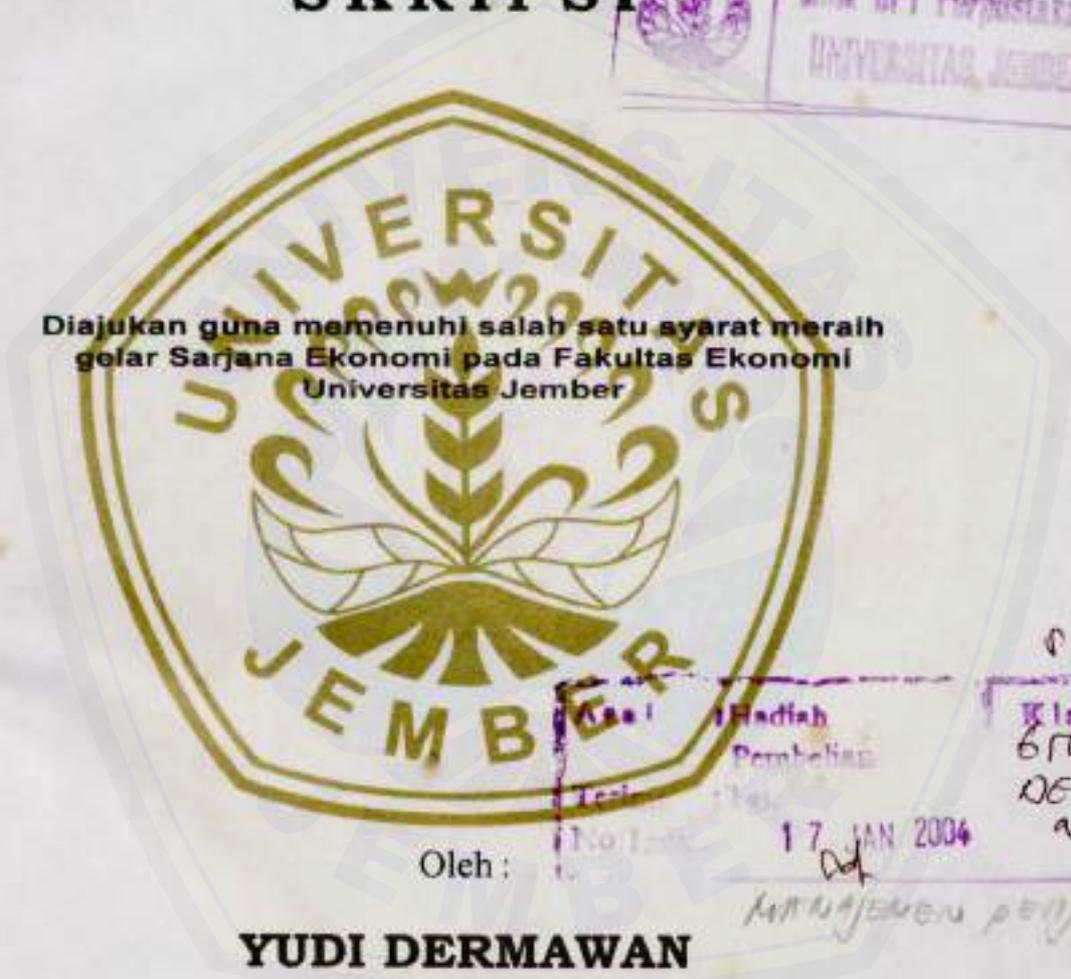


**ANALISIS EFEKTIFITAS KEBIJAKSANAAN PENJUALAN
KREDIT DAN PENGARUHNYA TERHADAP TINGKAT
LIKUIDITAS PADA PT SURYAJAYA ABADI PERKASA
DI PROBOLINGGO**

SKRIPSI



Diajukan guna memenuhi salah satu syarat meraih
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Oleh :

YUDI DERMAWAN

NIM: 970810291390



MANAJEMEN PENJUALAN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2003**

JUDUL SKRIPSI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Yudi Dermawan

N. I. M. : 970810291390

Jurusan : Manajemen

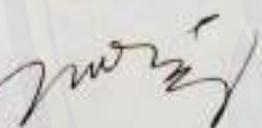
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

16 September 2003

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

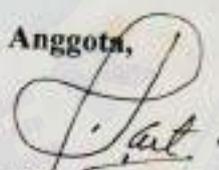
Ketua,


Drs. Sampeadi, MS
NIP. 131 474 513

Sekretaris,

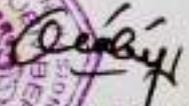

Drs. Achmad Ichwan
NIP. 130 781 340

Anggota,


Dra. Hj. Suhartini Sudjak
NIP. 130 368 797



Mengetahui/menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Drs. Liakip, SU
NIP. 130 531 976

TANDA PERSETUJUAN

Judul : Analisis efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit dan pengaruhnya terhadap tingkat likuiditas pada PT. Suryajaya Abadiperkasa di Probolinggo

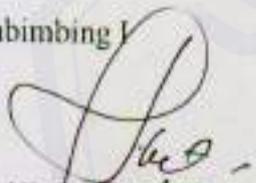
Nama : Yudi Dermawan

NIM : 970810291390 E

Jurusan : Manajemen

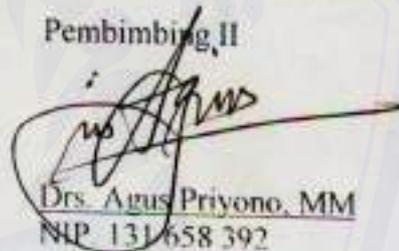
Konsentrasi : Manajemen keuangan

Pembimbing I



Dra. Hj. Suhartini Sudjak
NIP. 130 368 797

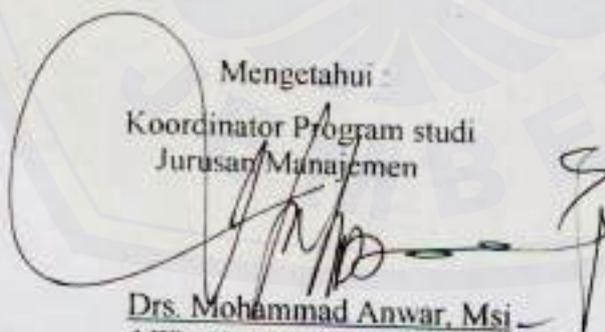
Pembimbing II



Drs. Agus Priyono, MM
NIP. 131 658 392

Mengetahui :

Koordinator Program studi
Jurusan Manajemen



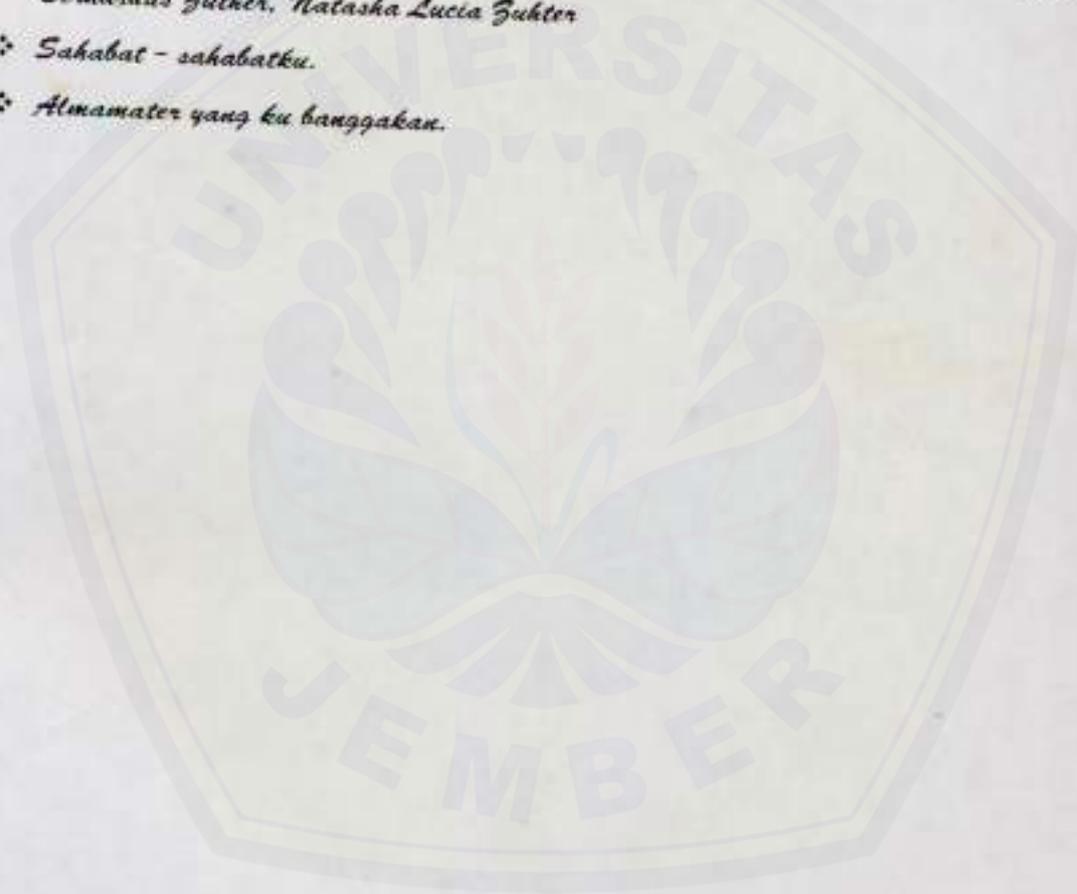
Drs. Mohammad Anwar, Msi
NIP. 131 759 767

Tanggal Persetujuan :

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini aku persembahkan kepada :

- ❖ *Almarhum Ayahanda Usman dan Almarhumma Ibunda Siti Maimunah.*
- ❖ *Kakak - kakakku Priono, Priwati, Priyanto, Purwadi, Purmini, Sri Pristyani.*
- ❖ *Keponakan - keponakanku. alhm. Dian Eka Rahmawati, Retno Wahyuningtyas, Nita Pusparini, Martina Kusuma Dewi, Finda Yuliarta, Ceclia, Victor Zuther, Bernardus Zuther, Natasha Lucia Zuther*
- ❖ *Sahabat - sahabatku.*
- ❖ *Almamater yang ku banggakan.*



MOTTO

- ❖ *Sabda Rasulullah S A W : "Lihatlah olehmu orang yang berada dibawahmu dan jangan melihat kepada orang yang berada di atasmu. Hal seperti itu lebih baik bagimu daripada engkau tidak mensyukuri nikmat yang telah diberikan Allah kepadamu".*
(Riwayat Muttafaq 'Alaih)
- ❖ *Seseorang yang telah memberikan ilmu lalu mengambil faedahnya dari ilmu itu dan memanfaatkannya untuk orang lain adalah laksana matahari menyinari dirinya dan orang lain, sementara itu dia tetap bersinar selama-lamanya..*
(Al Ghozali)
- ❖ *Orang tua yang bijak tidak selalu memberikan warisannya berupa harta benda tetapi memberikan ilmunya dan membimbing anaknya untuk menuntut ilmu sebagai bekal hidup .*
(Ep. Usman)
- ❖ *Kekuatan otot dan fisik bukan segalanya tetapi kebesaran dan kebersihan hati yang sanggup mengalahkan semua tantangan.*
(Joehanna dan Tina Zakaria)

ABSTRAKSI

Skripsi dengan judul " Analisis kebijaksanaan Penjualan Kredit sebagai Usaha Untuk mengoptimalkan Tingkat Likuiditas Pada PT. Suryajaya Abadiperkasa di Probolinggo ", dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit yang telah dilakukan oleh perusahaan selama lima tahun terakhir (1998 - 2003), penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru untuk mengendalikan piutang pada masa mendatang dan pengaruhnya terhadap tingkat likuiditas perusahaan .

Penelitian ini dilakukan pada PT. Suryajaya Abadiperkasa yang terletak di Jalan Raya Surabaya - probolinggo Km. 90 Probolinggo Jawa timur. PT. Suryajaya Abadiperkasa merupakan perusahaan yang memproduksi makanan dalam kaleng yaitu jamur dan babycorn.

Penelitian ini menggunakan perhitungan tingkat perputaran piutang, periode pengumpulan piutang, tingkat piutang dan tingkat investasi dalam piutang untuk mengetahui efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit. Untuk mengetahui tingkat likuiditas perusahaan dapat diketahui melalui perhitungan rasio *current ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*. Sebelum usaha penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru digunakan metode *least square* untuk meramalkan tingkat volume penjualan, metode *Geometerik mean* untuk meramalkan harga jual dan metode persentase penjualan untuk meramalkan laporan keuangan pada tahun mendatang. Usaha penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru digunakan metode perhitungan bunga dasar majemuk untuk mengetahui tingkat potongan tunai yang menarik bagi pelanggan, perhitungan NPV untuk mengetahui tingkat potongan tunai yang menguntungkan bagi perusahaan dan analisis marginal (*Incremental Kredit*) untuk mengetahui perubahan kebijaksanaan penjualan kredit itu diterima atau tidak.

Berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit yang telah dilakukan oleh perusahaan tidak efektif dan tingkat likuiditas perusahaan yang telah dicapai perusahaan menurun. Usaha penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru pada tahun mendatang yang tepat adalah melalui persyaratan kredit 2/20 net 60. Hal ini disebabkan persyaratan kredit tersebut mempunyai tingkat potongan yang menarik bagi pelanggan/pembeli karena berdasarkan perhitungan bunga dasar majemuk mempunyai tingkat bunga yang lebih tinggi daripada bunga bank ($18,44\% > 18\%$) dan menguntungkan bagi perusahaan karena berdasarkan perhitungan NPV memberikan nilai keuntungan sebesar Rp. 149.826.419.200,00. Berdasarkan perhitungan analisis marginal (*Incremental Kredit*) perubahan kebijaksanaan penjualan kredit tersebut diterima karena menghasilkan laba sebesar Rp. 14.653.259.190,00. Tingkat likuiditas yang dicapai oleh perusahaan pada tahun mendatang lebih tinggi dan optimal daripada tingkat likuiditas perusahaan yang telah dicapai pada tahun-tahun sebelumnya.

KATA PENGHANTAR

Dengan segala kerendahan hati dan memamanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Analisis efektifitas kebijaksanaan penjualan Kredit dan pengaruhnya terhadap tingkat likuiditas pada PT. Suryajaya Abadiperkasa di Probolinggo " dengan baik.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

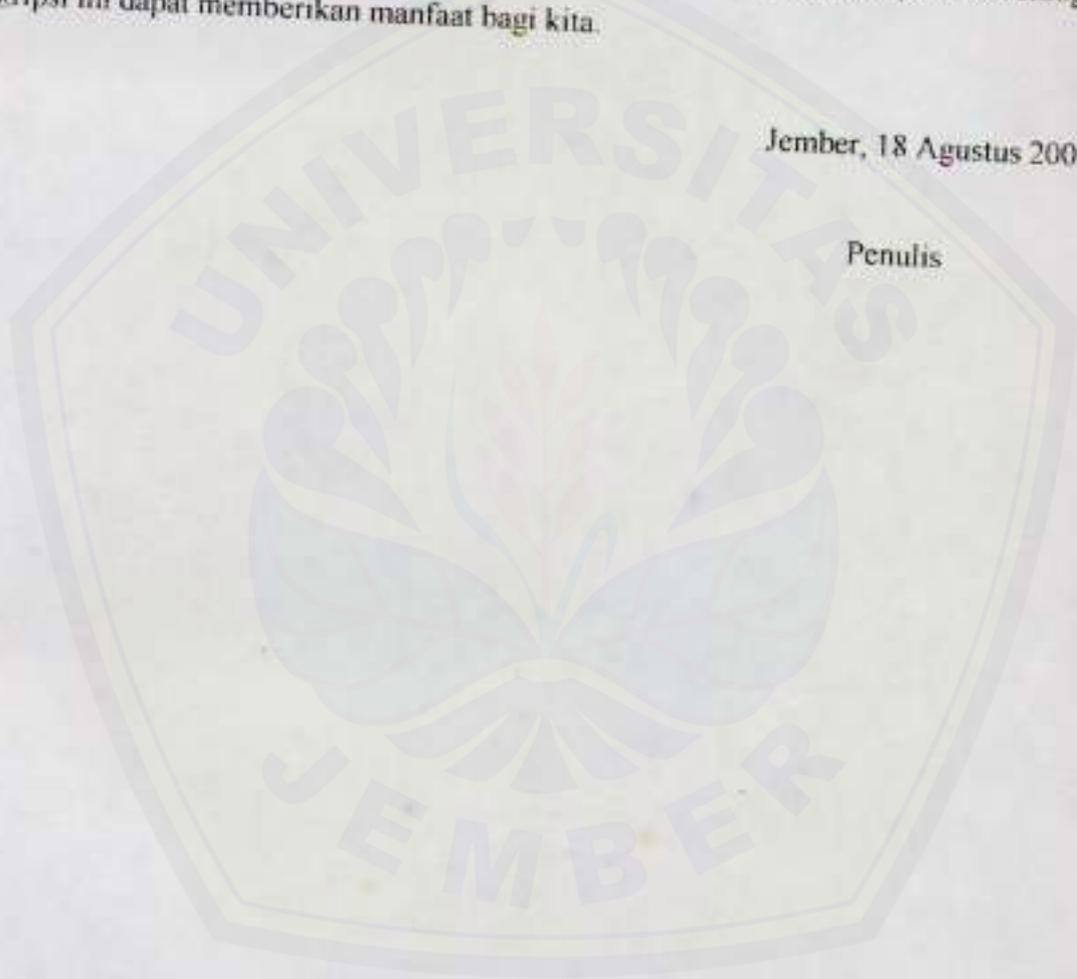
1. Bapak Drs. Liakip, SU selaku dekan fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Ibu Dra. Hajjah Suhartini Sudjak dan Bapak Drs. Agus priono, MM selaku dosen pembimbing I dan II yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Drs. Moch. Anwar, Msi selaku Koordinator Program Jurusan Manajemen beserta dosen-dosen pengajar yang telah mendidik dan membimbing penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Unversitas Jember
4. Bapak Cipto Santoso selaku General Manager PT. Suryajaya abadiperkasa dan Bapak Adang Syaputra SH. selaku Manager Personalia dan Umum yang telah memberikan ijin penelitian dan membantu memperoleh informasi dan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi
5. Kedua orang tuaku, Almarhum Ayanda Usman dan Almarhumma Ibunda Siti Maimunah yang selama ini memberikan bimbingan, nasehat, pendidikan dan mengarahkan langkah - langkahku menuju masa depan. Semoga Allah SWT memberikan ampunan dan diterima di sisi-Nya
6. Kakak-kakakku, (Priono, Priwati, priyanto, Purwadi, Purmini, Sri Pristyani) dan Keponakan - keponakanku (Alm. Dian, Retño, Nita, Martina, Finda, Victor, Bernardus, Lucia) yang memberikan kasih sayang, motivasi, sumbangan pikiran maupun materi yang kubutuhan selama ini

7. Sahabat-sahabatku di Proboliggo (Aris, Joko, Maman, Parto, Eko, Manuri, Wawan, Hari) dan di Jember (Nawi, Prono, Gemblur, Sasmito, Joko, Arief) yang telah menemaniku selama ini.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Akhir harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita.

Jember, 18 Agustus 2003

Penulis



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO..... | v |
| HALAMAN ABSTRAKSI..... | vii |
| KATA PENGHANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Penelitian Sebelumnya..... | 5 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 6 |
| 2.2.1. Pengertian Piutang usaha..... | 6 |
| 2.2.2. Investasi Dalam Piutang..... | 8 |
| 2.2.3. Penilaian Resiko dan Biaya Kredit..... | 11 |
| 2.2.4. Kebijakanaksanaan penjualan Kredit..... | 15 |
| 2.2.4.1. Standar Kredit..... | 16 |
| 2.2.4.2. Persyaratan Kredit..... | 19 |
| 2.2.4.3. Kebijakanaksanaan Penagihan..... | 25 |

| | |
|---|----|
| 2.2.5. Pengertian Likuiditas Perusahaan | 29 |
| 2.2.6. Pentingnya Tingkat Likuiditas Piutang | 33 |
| 2.2.7. Metode Peramalan | 35 |
| 2.2.7.1. Metode Kuadrat Minimum (<i>Least square</i>) | 35 |
| 2.2.7.2. Metode <i>Geometrik Mean</i> | 36 |
| 2.2.7.3. Metode Persentase Penjualan | 36 |
| III. METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 37 |
| 3.2. Metode Penelitian | 42 |
| 3.2.1. Prosedur pengumpulan Data | 42 |
| 3.2.2. Jenis Data | 43 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel | 43 |
| 3.4. Metode Analisis Data | 44 |
| 3.5. Kerangka Pemecahan Masalah | 51 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan | 53 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan | 53 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi | 53 |
| 4.1.3. Aspek Tenaga Kerja | 62 |
| 4.1.3.1. Klasifikasi Tenaga Kerja | 62 |
| 4.1.3.2. Sistem Gaji atau Upah | 63 |
| 4.1.3.3. Pengaturan Jam Kerja | 66 |
| 4.1.4. Aspek Produksi | 66 |
| 4.1.4.1. Bahan Baku | 66 |
| 4.1.4.2. Bahan Pembantu | 67 |
| 4.1.4.3. Proses Produksi | 68 |
| 4.1.5. Aspek Pemasaran | 70 |
| 4.1.6. Aspek Penjualan | 70 |
| 4.1.7. Laporan Keuangan Tahun 1998 – 2002 | 72 |

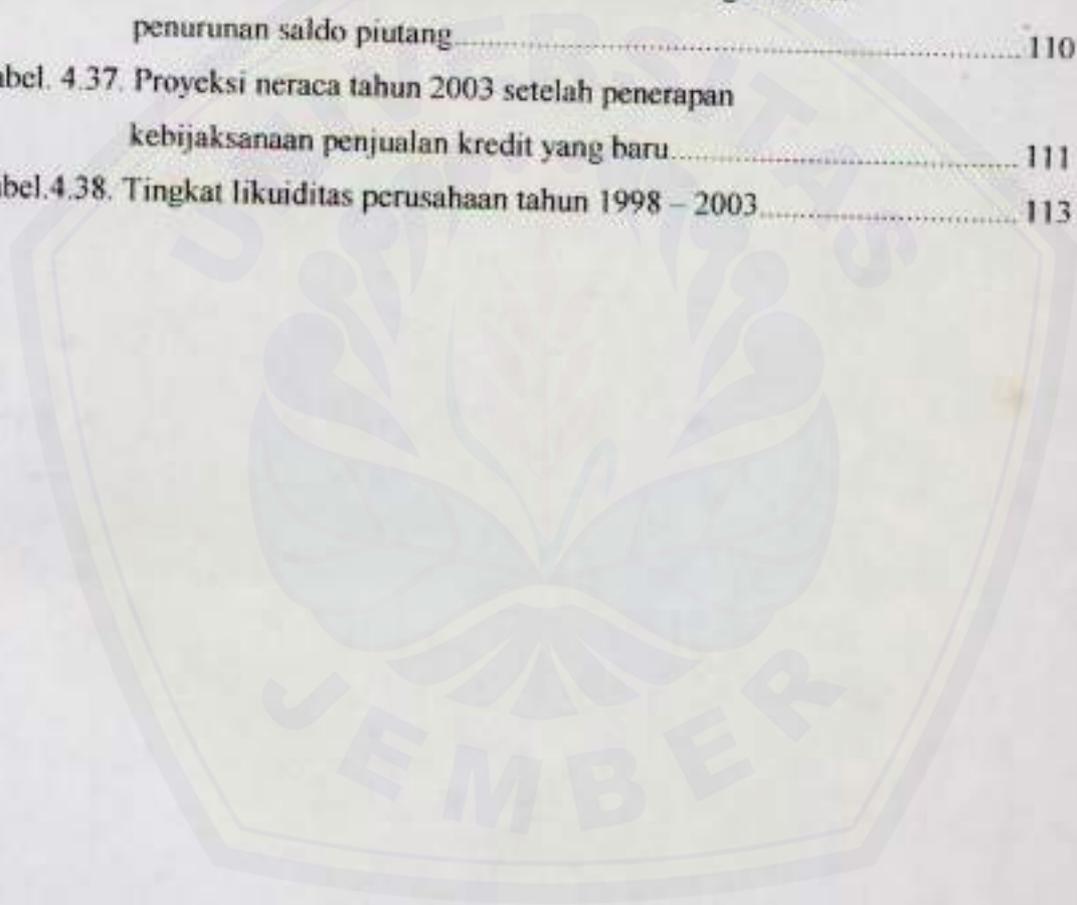
| | |
|--|-----|
| 4.2. Analisis Data | 80 |
| 4.2.1. Tingkat Efektifitas Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 1998 – 2002 | 80 |
| 4.2.1.1. Tingkat Perputaran Piutang Tahun 1998 – 2002 | 80 |
| 4.2.1.2. Periode Pengumpulan Piutang Tahun 1998 – 2002 | 81 |
| 4.2.1.3. Tingkat Piutang Tahun 1998 – 2002 | 83 |
| 4.2.1.4. Tingkat Investasi dalam Pitang tahun 1998 – 2002 | 84 |
| 4.2.1.5. Tingkat Likuiditas Perusahaan Tahun 1998 – 2002 | 86 |
| 4.2.2. Peramalan Kebijakan Penjualan kredit Tahun 2003 | 87 |
| 4.2.2.1. Peramalan Penjualan Tahun 2003 | 87 |
| 4.2.2.2. Peramalan Laporan Keuangan Tahun 2003 | 89 |
| 4.2.2.3. Analisis Kebijakan Penjualan Kredit dengan Tingkat Potongan Tunai yang Optimal | 99 |
| 4.2.2.4. Analisis Perubahan Kebijakan Penjualan Kredit | 107 |
| 4.2.2.5. Pengaruh Perubahan kebijakan Penjualan Kredit Terhadap Tingkat Likuiditas Perusahaan | 109 |
| 4.3. Pembahasan | 113 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan | 116 |
| 5.2. Saran | 117 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel. 2.1. Pengaruh perlunakan standar kredit..... | 18 |
| Tabel. 2.2. Pengaruh pemberian potongan tunai yang besar..... | 20 |
| Tabel. 2.3. Pengaruh perpanjangan potongan tunai..... | 21 |
| Tabel. 2.4. Pengaruh perpanjangan periode kredit..... | 24 |
| Tabel. 2.5. Pengaruh usaha penagihan piutang secara efektif..... | 25 |
| Tabel. 2.6. Laporan keuangan per 31 Desember 1989..... | 37 |
| Tabel. 2.7. Neraca per 31 Desember 1989 yang dinyatakan sebagai persentase dari penjualan dan neraca pro forma per 31 Desember 1990..... | 38 |
| Tabel. 2.8. Proyeksi laporan keuangan per 31 Desember 1990..... | 41 |
| Tabel. 4.1. Sistem penggajian..... | 63 |
| Tabel. 4.2. Biaya gaji karyawan bulanan tahun 2003..... | 64 |
| Tabel. 4.3. Biaya upah tenaga kerja harian tahun 2003..... | 65 |
| Tabel. 4.4. Pengaturan jam kerja..... | 66 |
| Tabel. 4.5. Komposisi pemakaian bahan baku jamur dan babycorn (kaleng)..... | 67 |
| Tabel. 4.6. Perkembangan harga bahan baku (Rp/kg) tahun 1998 – 2002..... | 67 |
| Tabel. 4.7. Perkembangan harga bahan pembantu (Rp/unit) tahun 1998 – 2002..... | 68 |
| Tabel. 4.8. Perkembangan harga jual produk jamur (Rp/karton) tahun 1998 – 2002..... | 71 |
| Tabel. 4.9. Perkembangan harga jual produk babycorn (Rp/karton) tahun 1998 – 2002..... | 71 |
| Tabel. 4.10. Perkembangan volume penjualan jamur (karton) tahun 1998 – 2002..... | 71 |
| Tabel. 4.11. Perkembangan volume penjualan babycorn (karton) | |

| | |
|---|-----|
| tahun 1998 – 2002 | 72 |
| Tabel. 4.12. Laporan rugi – laba tahun 1998 – 2002 | 73 |
| Tabel. 4.13. Neraca tahun 1998 | 74 |
| Tabel. 4.14. Neraca tahun 1999 | 75 |
| Tabel. 4.15. Neraca tahun 2000 | 76 |
| Tabel. 4.16. Neraca tahun 2001 | 77 |
| Tabel. 4.17. Neraca tahun 2002 | 78 |
| Tabel. 4.18. Perhitungan tingkat perputaran piutang tahun 1998 – 2002 | 81 |
| Tabel. 4.19. Perhitungan periode pengumpulan piutang tahun 1998 – 2002 | 82 |
| Tabel. 4.20. Perhitungan penjualan kredit perhari tahun 1998 – 2002 | 83 |
| Tabel. 4.21. Perhitungan tingkat piutang tahun 1998 – 2002 | 84 |
| Tabel. 4.22. Perhitungan tingkat investasi dalam piutang yang dicapai tahun 1998 – 2002 | 84 |
| Tabel. 4.23. Perhitungan tingkat investasi dalam piutang yang ditetapkan tahun 1998 – 2002 | 85 |
| Tabel. 4.24. Selisih antara tingkat investasi dalam piutang yang dicapai dengan tingkat investasi dalam piutang yang ditetapkan tahun 1998 – 2002 | 85 |
| Tabel. 4.25. Tingkat likuiditas perusahaan tahun 1998 – 2002 | 86 |
| Tabel. 4.26. Peramalan penjualan dalam rupiah tahun 2003 | 88 |
| Tabel. 4.27. Proyeksi laporan rugi – laba tahun 2003 | 91 |
| Tabel. 4.28. Proyeksi neraca tahun 2003 | 95 |
| Tabel. 4.29. Proyeksi neraca Tahun 2003 setelah pembiayaan eksternal | 96 |
| Tabel. 4.30. Alternatif variasi potongan tunai | 100 |
| Tabel. 4.31. Perhitungan biaya bunga penjualan kredit | 101 |
| Tabel. 4.32. Perhitungan NPV dari berbagai alternatif | 103 |
| Tabel. 4.33. Proyeksi Laporan rugi – laba tahun 2003 setelah penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru | 105 |

| | |
|---|-----|
| Tabel. 4.34. Perbandingan efektifitas kebijakan penjualan kredit tahun 1998 – 2002 dengan efektifitas kebijakan penjualan kredit tahun 2003 sesudah penerapan kebijakan penjualan kredit yang baru..... | 107 |
| Tabel. 4.35. Analisis marginal atau <i>incremental credit</i> untuk perubahan kebijakan penjualan kredit..... | 108 |
| Tabel. 4.36. Perubahan kewajiban lancar tahun 2003 sebagai akibat penurunan saldo piutang..... | 110 |
| Tabel. 4.37. Proyeksi neraca tahun 2003 setelah penerapan kebijakan penjualan kredit yang baru..... | 111 |
| Tabel.4.38. Tingkat likuiditas perusahaan tahun 1998 – 2003..... | 113 |



DAFTAR GAMBAR

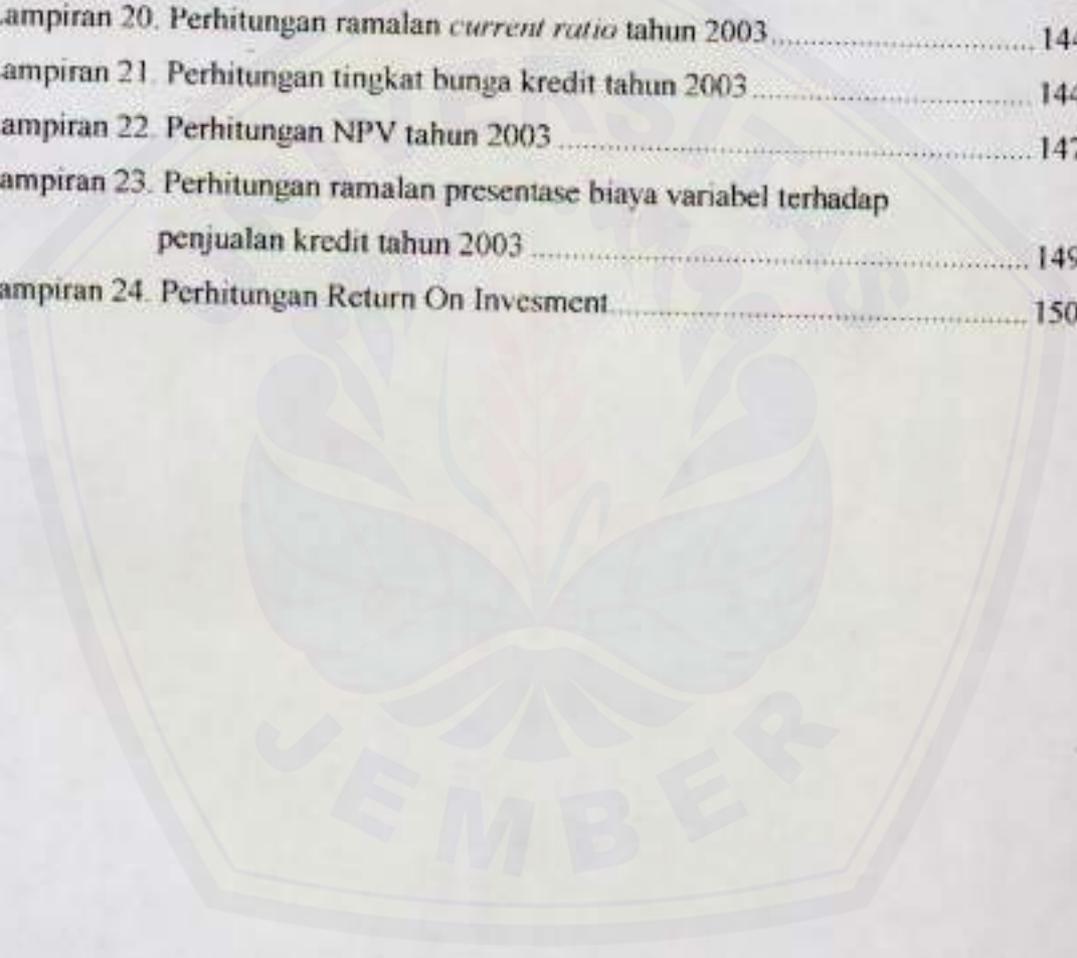
| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar. 3.1. Kerangka pemecahan masalah | 51 |
| Gambar. 4.1. Struktur organisasi PT. Suryajaya Abadiperkasa | 54 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1. Perhitungan <i>Receivable Turnover</i> tingkat perputaran piutang tahun 1998 – 2002 | 120 |
| Lampiran 2. Perhitungan <i>average collection period</i> / periode pengumpulan piutang tahun 1998 – 2002 | 122 |
| Lampiran 3. Perhitungan tingkat piutang tahun 1998 – 2002 | 124 |
| Lampiran 4. Perhitungan tingkat investasi dalam piutang tahun 1998 – 2002 | 126 |
| Lampiran 5. Perhitungan <i>current ratio</i> / rasio lancar tahun 1998 – 2002 | 128 |
| Lampiran 6. Perhitungan <i>quick ratio</i> / rasio cepat tahun 1998 – 2002 | 129 |
| Lampiran 7. Perhitungan <i>cash ratio</i> /rasio cair tahun 1998 – 2002 | 130 |
| Lampiran 8. Perhitungan ramalan volume penjualan jamur Kemasan 4 OZ tahun 2003 | 131 |
| Lampiran 9. Perhitungan ramalan volume penjualan jamur Kemasan 8 OZ tahun 2003 | 132 |
| Lampiran 10. Perhitungan ramalan volume penjualan jamur Kemasan 16 OZ tahun 2003 | 134 |
| Lampiran 11. Perhitungan ramalan volume penjualan babycorn Kemasan 8 OZ tahun 2003 | 135 |
| Lampiran 12. Perhitungan ramalan volume penjualan babycorn Kemasan 16 OZ tahun 2003 | 136 |
| Lampiran 13. Perhitungan ramalan harga jual jamur Kemasan 4 OZ tahun 2003 | 137 |
| Lampiran 14. Perhitungan ramalan harga jual jamur Kemasan 8 OZ tahun 2003 | 138 |
| Lampiran 15. Perhitungan ramalan harga jual jamur Kemasan 16 OZ tahun 2003 | 139 |

| | |
|--|-----|
| Lampiran 16. Perhitungan ramalan harga jual babycorn Kemasan 8 OZ tahun 2003 | 139 |
| Lampiran 17. Perhitungan ramalan harga jual babycorn Kemasan 16 OZ tahun 2003 | 140 |
| Lampiran 18. Perhitungan ramalan pendapatan rupa – rupa tahun 2003 | 142 |
| Lampiran 19. Perhitungan ramalan biaya rupa – rupa tahun 2003 | 143 |
| Lampiran 20. Perhitungan ramalan <i>current ratio</i> tahun 2003 | 144 |
| Lampiran 21. Perhitungan tingkat bunga kredit tahun 2003 | 144 |
| Lampiran 22. Perhitungan NPV tahun 2003 | 147 |
| Lampiran 23. Perhitungan ramalan presentase biaya variabel terhadap penjualan kredit tahun 2003 | 149 |
| Lampiran 24. Perhitungan Return On Investment | 150 |



JEMBER



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu organisasi produksi yang menggabungkan beberapa fungsi manajemen yang dikoordinasi dengan tujuan teknis menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, lembaga atau instansi, dan perusahaan lainnya untuk mendapatkan keuntungan (Fauzi,1993:16).

Perusahaan dalam mencapai tujuannya, yaitu mencari keuntungan sebagai usaha untuk menjamin kelangsungan hidup, perusahaan melakukan kegiatan operasional. Kegiatan operasional perusahaan meliputi; pemasaran, produksi, pembelanjaan, personalia, dan administrasi umum/akuntansi. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan operasional perusahaan yang paling penting dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu mencapai keuntungan sebagai usaha untuk menjamin kelangsungan hidupnya. Laba yang diperoleh perusahaan merupakan selisih antara total pendapatan dengan total biaya yang dapat diperoleh melalui kegiatan penjualan. Dengan demikian, untuk mencapai tujuannya perusahaan harus meningkatkan volume penjualannya. Penjualan suatu barang atau jasa dapat dilakukan dengan penjualan tunai maupun penjualan kredit

Pada perkembangan perekonomian dewasa ini kebijaksanaan penjualan secara kredit bukan merupakan hal yang baru lagi. Hal ini, mengingat semakin tajamnya persaingan dalam hal penjualan barang dan jasa. Untuk mencapai tujuan perusahaan dengan dengan jalan memperbesar volume penjualan yang hanya dilakukan dengan penjualan tunai saja, tanpa disertai dengan penjualan kredit pada saat sekarang sulit untuk diwujudkan. Karena makin banyaknya perusahaan-perusahaan sejenis yang saling berlomba dalam menawarkan produknya.

Penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai keuntungan baik dari segi pelanggan maupun dari perusahaan itu sendiri. Jika dipandang dari sudut pandang konsumen menjelaskan bahwa konsumen

mendapatkan keuntungan yaitu dapat mengkonsumsi barang yang diinginkan dengan pembayaran yang ringan yaitu dengan jalan mengangsur maka konsumen merasa puas dengan layanan penjualan kredit akan terjadi pembelian ulang. Hal ini, akan dapat menguntungkan perusahaan, yaitu dengan menaikkan volume penjualan yang disertai juga dengan peningkatan laba yang diperoleh perusahaan. Di lain pihak, kebijaksanaan penjualan secara kredit ini dapat menimbulkan piutang, yaitu tagihan perusahaan atas sejumlah uang tertentu kepada pihak pelanggan atau konsumen karena pelanggan atau konsumen tersebut telah membeli produk berupa barang perusahaan secara kredit.

Kebijaksanaan penjualan kredit pada dasarnya dapat meningkatkan volume penjualan, tetapi harus kita sadari bahwa meningkatnya volume penjualan juga diikuti dengan meningkatnya jumlah piutang perusahaan. Hal ini tidak boleh dibiarkan berlarut-larut, karena dapat mempengaruhi tingkat likuiditas perusahaan, yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka waktu pendek. Bila keadaan seperti ini dibiarkan berjalan maka perusahaan dikatakan tidak likuid.

Kebijaksanaan penjualan kredit mempunyai konsekuensi tidak segera menghasilkan penerimaan kas, akan tetapi menimbulkan piutang dagang, dan pada saat hari jatuh temponya terjadi aliran kas masuk (*cash inflows*) yang berasal dari pengumpulan piutang. Dengan timbulnya piutang dagang, maka hasil penjualan tidak akan dapat digunakan secara langsung untuk membiayai operasi perusahaan. Disamping itu, penjualan secara kredit akan menimbulkan resiko bagi perusahaan, yaitu resiko tidak tertagihnya piutang maupun keterlambatan pengembalian piutang yang telah jatuh tempo. Jika keterlambatan terbayarnya piutang berlangsung terus-menerus menyebabkan saldo piutang cenderung naik, sehingga perputaran piutang semakin rendah. Dengan penerapan penjualan secara kredit ini, kemungkinan perusahaan akan menanggung biaya yang lebih besar, jika dibandingkan dengan kebijaksanaan penjualan tunai, yaitu berupa biaya modal. Sedangkan dana yang

diinvestasikan dalam piutang akan menjadi lebih besar yang akan mengganggu likuiditas perusahaan.

Selain itu perusahaan juga harus mengingat *receivable Turnover* atau tingkat perputaran piutang, yaitu kecepatan perputarnya dana yang tertanam dalam piutang selama periode tertentu. Semakin cepat perputaran dana tersebut, maka semakin baik kebijaksanaan tersebut bagi perusahaan, karena perusahaan tidak akan menanggung biaya modal yang cukup besar akibat dana yang tertanam dalam piutang, dan likuiditas tidak terganggu.

1.2. Perumusan Masalah

PT. Suryajaya Abadiperkasa di Probolinggo adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengalengan makanan. Produk yang dihasilkan adalah Baby Corn, Jamur (*mashroom*) dalam kaleng.

Perusahaan ini mempunyai permasalahan mengenai piutang usahanya, yaitu semakin meningkatnya jumlah saldo piutang yang disebabkan oleh keterlambatan pelanggan dalam melakukan pembayaran pada saat jatuh tempo, sehingga mengakibatkan tingkat perputaran piutang lambat dan waktu rata-rata pengumpulan piutang lebih lama daripada batas waktu pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini, mempengaruhi penerimaan kas dari transaksi penjualan kredit mengalami penurunan sehingga perusahaan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan adalah:

- 1) Bagaimanakah tingkat efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan antara tahun 1998 - 2002 ?
- 2) Bagaimanakah usaha kebijaksanaan penjualan kredit yang baru, yang akan dapat mengendalikan jumlah piutang pada Perusahaan pada periode mendatang?
- 3) Bagaimanakah pengaruh kebijaksanaan penjualan kredit yang baru terhadap tingkat likuiditas Perusahaan pada masa mendatang ?

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulisan skripsi ini diberi judul "ANALISIS EFEKTIFITAS KEBIJAKSANAAN PENJUALAN KREDIT DAN PENGARUHNYA TERHADAP TINGKAT LIKUIDITAS PADA PT SURYAJAYA ABADIPERKASA DI PROBOLINGGO".

1.3. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui tingkat efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan pada tahun 1998 – 2002
- 2) Untuk menentukan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru diharapkan mengendalikan jumlah piutang perusahaan pada periode mendatang
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kebijaksanaan penjualan kredit yang baru terhadap tingkat likuiditas perusahaan pada periode mendatang.

1.4. Manfaat Penelitian

- 1) penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan dasar pemikiran bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan penjualan kredit sebagai usaha untuk mengoptimalkan likuiditas perusahaan
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan acuan bagi peneliti yang lainnya, khususnya penelitian sejenis
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat mengundang pemikiran-pemikiran yang lebih luas dari kalangan akademis untuk menyempurnakan atau melengkapi penelitian ini.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya tentang kebijaksanaan penjualan kredit sebagai usaha meningkatkan likuiditas Perusahaan dilakukan oleh Diah Utari Krisminarsih, Mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Lokasi penelitian yang menjadi obyek penelitian adalah PT. Pangestu Segoro Indonesia di Gresik.

Dari hasil pembahasan dan penganalisaan pada permasalahan yang terjadi pada Perusahaan industri benang besar PT. Pangestu Segoro Indonesia Gresik, maka hasil dalam penelitiannya dapat disimpulkan, yaitu permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut adalah periode rata-rata pengumpulan piutang pada kebijaksanaan penjualan kredit sebelumnya lebih lama daripada periode yang ditetapkan oleh perusahaan sehingga tingtang perputaran piutang menjadi turun.

Alternatif pemecahan masalah yang diusulkan oleh penulis antara lain:

- 1) Mengadakan seleksi yang lebih ketat terhadap pelanggan yang akan diberikan kredit.
- 2) Memberikan potongan tunai yang menarik bagi pelanggan dan menguntungkan bagi Perusahaan.
- 3) Mengaktifkan kebijaksanaan penagihan terutama kepada pelanggan yang melewati batas waktu penagihan.

Hasil pemecahan alternatif yang diusulkan, maka penulis mengajukan salah satu pemecahan masalah yang dihadapi oleh perusahaan yaitu menetapkan kebijaksanaan potongan tunai. Untuk menetapkan kebijaksanaan potongan tunai yang menarik pelanggan dan menguntungkan bagi perusahaan, diajukan berbagai alternatif persyaratan kredit dan selanjutnya penulis menganalisis berbagai alternatif persyaratan kredit tersebut menggunakan perhitungan dasar bunga majemuk yang digunakan untuk menentukan tingkat potongan tunai yang menarik bagi pelanggan

dan metode *Net Present Value* (NPV) yang digunakan untuk menentukan tingkat potongan tunai yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan dua cara perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa periode pengumpulan piutang setelah penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru relatif singkat dibandingkan kebijaksanaan penjualan kredit sebelumnya, sehingga tingkat perputaran piutang yang dicapai perusahaan menjadi relatif cepat. Dengan menggunakan metode analisis rasio likuiditas dapat diketahui tingkat perusahaan relatif meningkat pada penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian piutang usaha

Banyak strategi serta kebijaksanaan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya untuk memperbesar volume penjualan dan kebijaksanaan yang sering dijalankan oleh perusahaan adalah kebijaksanaan penjualan kredit. Melalui kebijaksanaan penjualan kredit secara tidak langsung merupakan suatu kebijaksanaan yang dapat membantu meringankan pembeli dalam waktu pembayaran. Apabila perusahaan melakukan penjualan secara kredit kepada pembeli, dimana pembayarannya akan dilakukan oleh pada saat hari jatuh tempo, maka perusahaan tersebut memiliki piutang.

Pengertian piutang menurut Homgren dkk (1997:402) menyatakan, bahwa :

Piutang dagang atau usaha merupakan klaim dari penjual kepada pembeli sebesar jumlah transaksi yang terjadi dan setiap transaksi kredit pada dasarnya melibatkan dua pihak, dimana pihak pertama adalah yang menjual barang atau jasa yang akan menimbulkan piutang bagi sang kreditur dan pihak kedua adalah debitur yang melakukan pembelian sehingga menimbulkan hutang bagi pembeli tersebut.

Dalam rangka usaha untuk memperbesar volume penjualannya kebanyakan perusahaan menjual produknya dengan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang usaha, dan baru kemudian

pada hari jatuhnya terjadi aliran kas masuk (*cash in flows*). Dengan demikian, maka piutang merupakan elemen merupakan modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar secara terus-menerus di dalam rantai perputaran modal kerja (Bambang Kiyanto, 1997:85). Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Dari rantai perputaran modal kerja tersebut dapat dilihat bahwa piutang mempunyai tingkat likuiditas yang lebih tinggi daripada persediaan, karena perputaran piutang untuk menjadi kas lebih cepat daripada persediaan. Pada saat barang dikirimkan kepada pelanggan, persediaan menjadi berkurang, dan timbullah piutang usaha. Pada akhirnya pelanggan akan membayar piutang tersebut pada saat jatuh tempo sehingga piutang berkurang dan uang kas bertambah.

Penjualan kredit yang pada akhirnya akan menimbulkan hak penagihan atau piutang kepada pelanggan, sangat erat hubungannya dengan persyaratan-persyaratan kredit yang diberikan. Sekalipun pengumpulan piutang seringkali tidak tepat pada waktu yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, namun sebagian besar dari piutang tersebut akan terkumpul dalam jangka waktu yang kurang dari satu tahun. Dengan alasan itulah maka piutang usaha dimasukkan sebagai salah satu komponen aktiva lancar. Pos piutang dalam neraca merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar dan oleh karena itu perlu untuk mendapat perhatian yang cukup serius agar perkiraan piutang ini dapat diatur seefisien mungkin.

Pada uraian diatas telah disinggung bahwa, kebijaksanaan penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan dana yang terikat dalam piutang usaha dan barulah kemudian pada saat jatuh tempo menjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut. Dana yang terikat dalam piutang ini mengandung resiko dan biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan. Misalnya, resiko keterlambatan pembayaran piutang oleh pelanggan sebagai akibat kurang efisiennya usaha penagihan oleh perusahaan, sehingga menimbulkan biaya

bagi perusahaan (Biaya piutang ragu-ragu). Besar resiko dan biaya tergantung pada dana yang terikat pada piutang, apabila dana yang terikat dalam piutang cukup besar, maka besar pula resiko dan biaya yang ditanggung oleh perusahaan. Hal ini, jika dibiarkan berlarut-larut akan mempengaruhi tingkat laba dan likuiditas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelolah piutang usaha seefisien mungkin untuk mengendalikan resiko dan biaya yang timbul dari penjualan secara kredit dan mampu menerapkan kebijaksanaan penjualan kredit optimal. Kebijaksanaan penjualan kredit optimal adalah kebijaksanaan yang dapat menyeimbangkan resiko atau biaya dengan manfaat piutang usaha, sehingga mampu memaksimalkan nilai perusahaan.

Pengelolaan piutang secara efisien merupakan hal yang penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit. Pengelolaan piutang secara efisien merupakan pengelolaan yang menyangkut masalah pengendalian besarnya investasi dalam piutang, penilaian resiko dan biaya kredit dan menganalisis kebijaksanaan penjualan kredit yang merupakan dasar untuk pengambilan keputusan pemberian kredit. Keputusan itu melibatkan menetapkan standar kredit sebagai kriteria umum untuk menilai pelanggan yang akan diberi kredit, menetapkan persyaratan kredit yang akan diberikan kepada pelanggan dan menetapkan kebijaksanaan penagihan.

2.2.2. Investasi dalam piutang

Menurut Weston dan Brigham (1993:293) mengatakan, "Besarnya tingkat piutang ditentukan oleh volume penjualan dengan kredit dan pengumpulan piutang atau rata-rata jangka waktu penagihan". Rata-rata periode pengumpulan piutang sebagian tergantung pada kondisi perekonomian, (misalnya krisis moneter yang menyebabkan para pelanggan terpaksa menunda pembayarannya) dan sebagian tergantung pada beberapa faktor intern perusahaan yaitu variabel kebijaksanaan penjualan kredit. Untuk menentukan tingkat piutang dapat dirumuskan sebagai berikut:

Jumlah piutang = Penjualan kredit perhari x hari rata-rata pengumpulan piutang

Besarnya investasi dalam piutang merupakan besarnya dana yang tertanam dalam piutang pada suatu periode perputaran piutang. Menurut pendapat Bambang Riyanto (1997:59) menyatakan, bahwa:

Piutang terdiri dari sebagian yang dapat dimasukkan dalam modal kerja dan sebagian lain termasuk dalam modal kerja potensial. Suatu Perusahaan yang menjual produknya secara kredit akan mempunyai piutang sebesar hasil penjualannya, yang ini terdiri dari dana yang menjelma biaya dan sebagian yang merupakan keuntungan. Bagian piutang yang terdiri dari dana yang diinvestasikan dalam produk yang terjual itu menurut konsep fungsional digolongkan sebagai modal kerja, sedang bagian yang merupakan keuntungan digolongkan sebagai modal kerja potensial.

Misalnya, suatu Perusahaan menjual produknya secara kredit dengan profit margin sebesar 40%. Apabila Perusahaan itu mempunyai piutang usaha sebesar Rp. 150.000,00 maka ini berarti bagian dari piutang usaha yang termasuk modal kerja sebesar Rp. 90.000,00 (60% x Rp. 150.000,00), sedangkan sisanya sebesar Rp.60.000,00 (40% x Rp.150.000,00) dimasukkan sebagai modal kerja potensial. Dengan demikian, besarnya investasi dalam piutang dapat dirumuskan:

Rumus:

Tingkat investasi dalam piutang = Tingkat piutang x (1 - PM)

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang menurut Bambang Riyanto (1997:86), sebagai berikut:

- 1) Volume penjualan kredit
- 2) Syarat pembayaran penjualan kredit
- 3) Ketentuan tentang pembatasan kredit
- 4) Kebijakan pelaksanaan pengumpulan piutang
- 5) Kebiasaan membayar dari pelanggan.

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang, dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besarnya jumlah piutang berarti makin besar resiko, tetapi bersamaan dengan itu juga akan memperbesar keuntungan perusahaan.

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayarannya yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Syarat pembayaran penjualan kredit biasanya dinyatakan dengan syarat tertentu, misalnya 2/10 net 30. Hal ini berarti bahwa apabila pembayaran dilakukan dalam 10 hari sesudah waktu penyerahan barang, pelanggan akan mendapat potongan tunai sebesar 2% dari harga penjualan, dan pembayaran selambat-lambatnya dilakukan dalam waktu 30 hari sesudah waktu penyerahan barang. Makin panjang batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasi dalam piutang.

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau *plafond* bagi kredit yang diberikan kepada para pelanggannya. Makin tinggi *plafond* yang ditetapkan bagi masing-masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Dengan demikian, pembatasan kredit di sini bersifat baik kuantitatif maupun kualitatif.

Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan menjalankan kebijaksanaan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran kas yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalani kebijaksanaan secara pasif. Perusahaan yang disebutkan terlebih dahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang disebutkan kemudiannya. Tetapi biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya

usaha tambahan tersebut tidak melampaui besarnya tambahan *revenue* yang diperoleh karena adanya usaha tersebut.

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan potongan kas, dan sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut. Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam potongan kas akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar pelanggan membayar dalam waktu selama potongan kas, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas atau dengan kata lain, makin kecilnya investasi dalam piutang.

2.2.3. Penilaian Resiko dan biaya kredit

Dalam situasi persaingan yang sudah demikian ketat, strategi kebijaksanaan penjualan kredit bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan bukannya merupakan hal yang tidak lazim lagi. Disamping dapat meningkatkan volume penjualan tetapi dapat juga menimbulkan adanya piutang dan dengan adanya piutang tersebut bukanlah suatu hal yang dapat dianggap mudah, karena dengan adanya piutang ini dapat menimbulkan suatu resiko. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertimbangkan resiko-resiko yang mungkin akan timbul dan apabila resiko tersebut diabaikan oleh perusahaan akan menyebabkan kemacetan operasi perusahaan atau mungkin dapat merugikan perusahaan.

Seperti yang dikemukakan oleh Fauzi (1993:217), kemungkinan yang memberikan resiko piutang adalah:

- 1) Tidak terbayarnya piutang
- 2) Terbayar hanya sebagian piutang
- 3) Terlambatnya pembayaran piutang
- 4) Tertanamnya modal dalam piutang

Bagi setiap perusahaan sudah tentu resiko yang paling berat adalah resiko yang pertama. Sedangkan resiko yang kedua, sama halnya dengan resiko pertama

usaha tambahan tersebut tidak melampaui besarnya tambahan *revenue* yang diperoleh karena adanya usaha tersebut.

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan potongan kas, dan sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut. Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam potongan kas akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar pelanggan membayar dalam waktu selama potongan kas, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas atau dengan kata lain, makin kecilnya investasi dalam piutang.

2.2.3. Penilaian Resiko dan biaya kredit

Dalam situasi persaingan yang sudah demikian ketat, strategi kebijaksanaan penjualan kredit bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan bukan merupakan hal yang tidak lazim lagi. Disamping dapat meningkatkan volume penjualan tetapi dapat juga menimbulkan adanya piutang dan dengan adanya piutang tersebut bukanlah suatu hal yang dapat dianggap mudah, karena dengan adanya piutang ini dapat menimbulkan suatu resiko. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertimbangkan resiko-resiko yang mungkin akan timbul dan apabila resiko tersebut diabaikan oleh perusahaan akan menyebabkan kemacetan operasi perusahaan atau mungkin dapat merugikan perusahaan.

Seperti yang dikemukakan oleh Fauzi (1993:217), kemungkinan yang memberikan resiko piutang adalah:

- 1) Tidak terbayarnya piutang
- 2) Terbayar hanya sebagian piutang
- 3) Terlambatnya pembayaran piutang
- 4) Tertanamnya modal dalam piutang

Bagi setiap perusahaan sudah tentu resiko yang paling berat adalah resiko yang pertama. Sedangkan resiko yang kedua, sama halnya dengan resiko pertama

merupakan resiko yang berat bagi perusahaan. Walaupun sebagian pelanggan membayar hutangnya, tetapi dalam hal ini dengan tidak terbayarnya seluruh piutangnya merupakan kerugian yang akhirnya dapat menimbulkan kemacetan dalam operasi perusahaan.

Resiko ketiga adalah keterlambatan dari waktu yang ditentukan. Kalau dibandingkan dengan resiko pertama dan kedua, maka resiko keterlambatan ini cukup kecil, yaitu apabila penggunaan dana yang diinvestasikan dalam piutang ini mungkin sebagian atau seluruhnya dibiayai dari modal asing dengan kredit jangka pendek, akibatnya dengan keterlambatan membayar piutang akan mengakibatkan kerugian bunga dari dana yang dibiayai dengan kredit jangka pendek tersebut.

Resiko keempat, yaitu tertanamnya dana dalam piutang terus-menerus. Jelas hal ini tidak efesienya pengelolaan piutang tersebut. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya berusaha agar kredit yang diberikan kepada pelanggan dibatasi dan hendaknya tingkat pengembalian piutang diusahakan secepatnya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Indriyo Gitosudarmo (1998:30) yang mengatakan, bahwa:

Dengan diperkirakannya aktiva yang berupa piutang ini maka perusahaan sebenarnya tidak lepas dari penanggungn resiko dan biaya. Biaya yang ditimbulkan mungkin oleh adanya piutang tersebut ada empat macam, yaitu piutang ragu-ragu yang perlu dihitung pada tiap-tiap periode, biaya pengumpulan piutang yang merupakan biaya untuk menagih kepada debitur, biaya administrasi yang diperlukan dalam administrasi terhadap atau pengawasan terhadap piutang, dan biaya dan sumber dana untuk menjaga piutang.

Sehubungan dengan adanya resiko dan biaya piutang tersebut, maka perlu adanya usaha - usaha pencegahan (preventif) yang paling baik dalam memperkecil resiko piutang tersebut, karena dalam prakteknya hampir tidak mungkin bagi perusahaan untuk menghilangkan sama sekali resiko dan biaya tersebut.

Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan dan penambahan kredit oleh pelanggan, maka pihak perusahaan perlu mengadakan evaluasi resiko kredit dari pelanggan tersebut. Untuk menilai resiko kredit, seorang

manajer kredit perlu mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan berbagai faktor yang menentukan besar kecil kredit tersebut. Menurut Weston dan Brigham (1998:477) menyatakan, bahwa, "Untuk penilaian resiko kredit dengan mempertimbangkan lima C (*the five C's of credit*), yaitu, Character, capacity, capital, colteral dan condition".

Charater atau karakter mengacu sampai jauh mana pelanggan berusaha memenuhi kewajiban kreditnya. Faktor ini sangat penting karena setiap transaksi kredit mengandung janji untuk membayar. Apakah pihak pelanggan akan berusaha sungguh-sungguh untuk membayar hutang-hutangnya, atau akan berusaha sedapat mungkin dengan berbagai dalih untuk mengelak kewajibannya. Para manejer kredit yang berpengalaman sering sekali berpendirian bahwa faktor moral merupakan hal yang terpenting dalam evaluasi kredit. Dalam kaitan ini, laporan perkreditan menyajikan informasi mengenai latar belakang prestasi perusahaan dan orang-orang masa lalu. Informasi tentang karakter tersebut sering kali dicari oleh pihak manajemen kredit dari bank perusahaan, pemasok, pelanggan, dan bahkan dari pesaingnya.

Capacity atau kapasitas adalah penilai subyektif mengenai kemampuan pelanggan untuk membayar. Hal ini, sebagian tercermin pada pelaporan keuangan pelanggan di masa lalu dan metode yang ditemponya dalam menjalankan usaha, dan informasi tersebut bisa dilengkapi dengan meninjau pabrik atau toko pelanggan bersangkutan. Informasi untuk menilai kapasitas ini juga dapat diperoleh analisis dari berbagai sumber.

Capital atau Kapital dapat dilihat dari analisis laporan keuangan perusahaan. Dalam hal ini penekanan utama adalah pada rasio-rasio utang terhadap aktiva, rasio likuiditas dan rasio kemampuan membayar beban bunga (*times interest earned ratio*).

Coleteral atau koleteral merupakan angunan atau jaminan yang diikatkan atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada pelanggan tersebut.

manajer kredit perlu mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan berbagai faktor yang menentukan besar kecil kredit tersebut. Menurut Weston dan Brigham (1998:477) menyatakan, bahwa, "Untuk penilaian resiko kredit dengan mempertimbangkan lima C (*the five C's of credit*), yaitu, Character, capacity, capital, colteral dan condition".

Charater atau karakter mengacu sampai jauh mana pelanggan berusaha memenuhi kewajiban kreditnya. Faktor ini sangat penting karena setiap transaksi kredit mengandung janji untuk membayar. Apakah pihak pelanggan akan berusaha sungguh-sungguh untuk membayar hutang-hutangnya, atau akan berusaha sedapat mungkin dengan berbagai dalih untuk mengelak kewajibannya. Para manejer kredit yang berpengalaman sering sekali berpendirian bahwa faktor moral merupakan hal yang terpenting dalam evaluasi kredit. Dalam kaitan ini, laporan perkreditan menyajikan informasi mengenai latar belakang prestasi perusahaan dan orang-orang masa lalu. Informasi tentang karakter tersebut sering kali dicari oleh pihak manajemen kredit dari bank perusahaan, pemasok, pelanggan, dan bahkan dari pesaingnya.

Capacity atau kapasitas adalah penilai subyektif mengenai kemampuan pelanggan untuk membayar. Hal ini, sebagian tercermin pada pelaporan keuangan pelanggan di masa lalu dan metode yang ditemponya dalam menjalankan usaha, dan informasi tersebut bisa dilengkapi dengan meninjau pabrik atau toko pelanggan bersangkutan. Informasi untuk menilai kapasitas ini juga dapat diperoleh analisis dari berbagai sumber.

Capital atau Kapital dapat dilihat dari analisis laporan keuangan perusahaan. Dalam hal ini penekanan utama adalah pada rasio-rasio utang terhadap aktiva, rasio likuiditas dan rasio kemampuan membayar beban bunga (*times interest earned ratio*).

Coleteral atau koleteral merupakan angunan atau jaminan yang diikatkan atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada pelanggan tersebut.

Condition atau kondisi mengacu pada kecenderungan umum perekonomian serta perkembangan yang terjadi di daerah tertentu atau pada sektor ekonomi tertentu yang bisa mempengaruhi pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

Setelah diuraikan berbagai faktor yang harus diperhatikan dalam penilaian resiko kredit, maka selanjutnya perlu bagi perusahaan untuk mengambil langkah-langkah tertentu di dalam mengadakan penyaringan atau seleksi terhadap para pelanggan.

Adapun langkah-langkah yang perlu untuk penyaringan para pelanggan menurut Bambang Riyanto (1997:88) dalam rangka usaha pencegahan (*preventif*) untuk memperkecil resiko tertunda atau tidak terkumpulnya piutang yang tidak diharapkan, adalah:

- 1) Penentuan besarnya resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan
- 2) Penyelidikan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya
- 3) Mengadakan klasifikasi dari para pelanggan berdasarkan resiko pembayarannya
- 4) Mengadakan seleksi dari para pelanggan.

Dalam penentuan besarnya resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan, pertama, harus menentukan lebih dahulu batas resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan, yang akan disediakan sebagai cadangan piutang. Misalnya, ditentukan bahwa resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan tersebut 10%. Ini berarti, kelak apabila ternyata sebanyak 10% dari jumlah piutang tidak terbayar dan hal tersebut tidak dianggap sebagai hal yang tak terduga. Ketentuan presentase ini perlu untuk memperhitungkan keuntungan yang diharapkan diterima.

Dalam rangka untuk dapat mengadakan klasifikasi dari langganan, apakah mereka termasuk golongan resiko 5%, 10%, 15%, atau lebih, maka perusahaan perlu mengadakan penyelidikan mengenai kemampuan perusahaan tersebut untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Penyelidikan kemampuan ini tidak hanya menyangkut bidang materiil saja, tetapi juga menyangkut penyelidikan mengenai sifat atau watak dari para langganan, apakah mereka mempunyai kebiasaan dan

kesedian untuk selalu memenuhi kewajibannya. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan terutama mengenai likuiditas dan rentabilitas dari pelanggan tersebut.

Setelah mengadakan penyelidikan mengenai kemampuan dan keadaan perusahaan, sifat, kebiasaan dan moral dari pimpinan perusahaan (pihak pelanggan) yang bersangkutan, maka kita dapat mengadakan klasifikasi para pelanggan berdasarkan resiko tiak memenuhi kewajibannya tepat pada waktunya, sehingga terdapat golongan resiko 5%, 10%, 15%, dan seterusnya.

Berdasarkan pengolongan resiko diatas, maka perusahaan dapat memutuskan untuk tidak memberikan kredit penjual atau memperberat syarat pembayaran kepada pelanggan-pelanggan yang termasuk dalam golongan resiko yang lebih tinggi dari resiko 10%. Dengan demikian, maka kredit penjual hanya diberikan kepada para pelanggan dari golongan resiko 10% ke bawah.

2.2.4. Kebijakan penjualan kredit

Keberhasilan atau kegagalan perusahaan tergantung terutama pada permintaan atas produknya sebagai patokan, semakin tinggi penjualan maka makin sehat dan menguntungkan bagi perusahaan. Di sisi lain, penjualan tergantung pada sejumlah faktor, baik faktor ekstren yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan maupun faktor intern yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Salah satu faktor intern yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yaitu kebijakan penjualan kredit. Menurut Weston dan Brigham (1998:474), kebijakan penjualan kredit mengandung empat unsur yaitu:

- 1) Standar kredit
- 2) Periode kredit
- 3) Diskon atau potongan tunai
- 4) Kebijakan penagihan

Periode kredit dan potongan tunai yang diberikan secara bersamaan disebut persyaratan kredit.

2.2.4.1. Standar kredit

Standar kredit dari suatu perusahaan merupakan pedoman atau kriteria kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit. Hal-hal seperti nama baik langganan sehubungan dengan kredit atau pembayaran hutang-hutang dagangnya baik kepada perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan-perusahaan lain, referensi-referensi kredit, rata-rata waktu pembayaran hutang dagang, dan beberapa rasio finansial tertentu dari perusahaan pelanggan akan dapat memberikan suatu dasar penilaian bagi perusahaan sebelum memberikan atau melakukan penjualan kredit.

Dalam menetapkan standar kredit, apabila perusahaan akan memperlunak atau memperketat standar kredit maka perusahaan harus mempertimbang faktor-faktor yang memberi gambaran keputusan-keputusan apa yang harus di pertimbangkan oleh perusahaan. Kepada siapa dan dalam jumlah berapa kredit yang akan diberikan kepada pelanggan.

Adapun faktor-faktor utama menurut Lukman Syamsuddin (2000: 257), yang harus dipertimbangkan apabila perusahaan bermaksud untuk mengubah standar kredit yang diterapkan adalah:

- 1) Biaya - biaya administrasi
- 2) Ivesstasi dalam piutang
- 3) Kerugian piutang
- 4) Volume piutang

Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang diterapkan, maka berarti lebih banyak kredit yang diberikan dan biaya-biaya administrasi yang tidak dapat dipisahkan dengan adanya pertambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin bertambah besar. Sebaliknya, apabila standar kredit diperketat maka jumlah penjualan kredit akan semakin kecil dan dan biaya - biaya administrasi juga semakin kecil.

Diakui atau tidak, penanaman modal dalam piutang mempunyai biaya-biaya tertentu. Semakin besar piutang semakin pula biaya-biayanya dan sebaliknya, Besar

kecilnya modal yang tertanam dalam piutang tergantung pada penetapan standar kredit oleh perusahaan. Apabila perusahaan memperlunak standar kredit yang diberikan kepada pelanggan maka modal yang tertanam dalam piutang menjadi besar dan sebaliknya, perusahaan memperketat standar kredit yang diberikan kepada pelanggan maka modal yang tertanam dalam piutang menjadi kecil. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perlunakan standar kredit akan memperbesar biaya-biaya dan apabila sebaliknya, perketatan standar kredit menjadikan biaya-biaya tersebut akan semakin kecil. Perubahan piutang yang dikaitkan dengan perubahan standar kredit disebabkan oleh dua faktor yaitu; perubahan volume penjualan dan perubahan dalam kebijaksanaan pengumpulan piutang. Perubahan dalam volume penjualan dan pengumpulan piutang secara bersama-sama memperbesar biaya bilamana standar kredit diperlunak, dan akan menurunkan biaya-biaya bilamana standar kredit diperketat.

Variabel lain akan diperkirakan akan dipengaruhi oleh adanya perubahan standar kredit adalah kerugian piutang. Resiko kerugian piutang akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standar kredit, dan akan menurun bilamana standar kredit diperketat.

Perubahan standar kredit dapat diharapkan akan mengubah volume penjualan. Bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan, sedangkan apabila sebaliknya yang terjadi dimana perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun.

Bilamana standar kredit diperlunak, maka pengaruh keuntungan dan perubahan-perubahan yang ditimbulkan sebagai berikut:

Tabel 2.1. Pengaruh perlunakan standar kredit

| No. | Keterangan | Perubahan naik atau turun | Pengaruh atas laba positif atau negatif |
|-----|-------------------------------|---------------------------|---|
| 1. | Volume penjualan | Naik | Positif |
| 2. | Rata-rata pengumpulan piutang | Naik | Negatif |
| 3. | Kerugian piutang | Naik | Negatif |

Sumber data: Lukman Syamsuddin (2000:259)

Dalam rangka memutuskan apakah perusahaan harus memperlunak atau memperketat standar kredit yang diberikn maka haruslah dibandingkan laba marginal dengan biaya-biaya investasi marginal dalam piutang. Standar kredit yang optimal adalah apabila laba marginal sama dengan biaya marginal dalam piutang. Bilamana laba marginal lebih besar daripada biaya investasi marginal dalam piutang, maka perubahan standar kredit tersebut dapat dilaksanakan. Apabila sebaliknya, bilamana laba marginal lebih kecil daripada biaya investasi marginal piutang, maka sebaiknya perusahaan tidak mengubah standar kredit atau dengan perkataan lain perubahan tetap saja menjalankan standar kredit.

Apabila perusahaan sudah menetapkan standar kredit yang akan diterapkan maka hars dikembangkan suatu prosedur untuk menilai siapa atau pelanggan-pelanggan mana yang akan diberikan kredit. Disamping menentukan pelanggan yang dapat diberikan kredit perusahaan biasanya juga menentukan sampai seberapa banyak kredit yang dapat diberikan kepada masing - masing pelanggan. Jumlah maksimum kredit yang dapat diperoleh oleh pelanggan dalam periode tertentu disebut dengan *line of credit*.

Dua faktor yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mengadakan penilaian terhadap calon langgganan yang akan diberikan kredit. Faktor pertama, memperoleh informasi-informasi tentang keadaan langganan. Misalnya, dengan jalan mengisi formulir - formulir sehubungan dengan keadaan finansial perusahaan, informasi tentang pembelian kredit yang pernah dilakukan, atau referensi referensi kredit. Bilamana perusahaan sebelumnya sudah pernah melakukan penjualan kredit

kepada pelanggan tersebut maka perusahaan akan mempunyai informasi-informasi historis tentang pola pembayaran hutang dagang dari pelanggan tersebut. Faktor kedua, menganalisa laporan keuangan dan buku besar hutang untuk menentukan umur rata-rata hutang dagang perusahaan calon langganan selama ini. Hasil yang diperoleh kemudian dapat dibandingkan dengan persyaratan kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan. Hal lain yang mungkin perlu dilakukan oleh perusahaan adalah membuat aging perkiraan piutang usaha dari pelanggan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang pola pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan. Dengan membuat aging perkiraan piutang maka berarti perusahaan akan membagi bagian-bagian piutang sesuai dengan umurnya masing-masing sehingga dapat diketahui berapa persentase piutang yang sudah habis atau lewat waktunya. Bagi pelanggan-pelanggan yang membeli secara kredit dalam jumlah yang cukup besar maka analisa rasio-rasio likuiditas, rasio-rasio leverage atau rasio hutang, dan rasio profitabilitas dari pelanggan perlu dilakukan secara menyeluruh.

2.2.4.2. Persyaratan kredit

Persyaratan kredit menunjukkan syarat pembayaran yang diberikan kepada pelanggan yang membeli produk perusahaan secara kredit. Persyaratan kredit menandai kemungkinan pemberian potongan tunai untuk pembayaran lebih awal, periode diskon, dan periode kredit. Persyaratan kredit umumnya dinyatakan dalam bentuk **a/b net c**, yang menunjukkan bahwa pelanggan dapat memperoleh diskon (potongan tunai) **a** persen jika ia membayar dalam **b** hari, dan rekening harus lunas dalam **c** hari. Sebagai contoh, kredit perdagangan bersyarat **2/10, net 30**, berarti disko 2 persen diberikan untuk pembayaran dalam jangka 10 hari, kalau tidak pembayaran harus dilakukan dalam 30 hari. Dengan demikian persyaratan kredit mencakup hal yaitu:

a. Potongan tunai

Bilamana perusahaan memberikan atau memperbesar potongan tunai dalam penjualan kredit yang diberikan kepada pelanggan maka dapat diperkirakan akan terjadi perubahan-perubahan seperti berikut:

Tabel 2.2. Pengaruh pemberian potongan tunai yang besar

| No. | Keterangan | Perubahan naik atau turun | Pengaruh atas laba positif atau negatif |
|-----|-------------------------------|---------------------------|---|
| 1. | Volume penjualan | Naik | Positif |
| 2. | Rata-rata pengumpulan piutang | Turun | Positif |
| 3. | Kerugian piutang | Turun | Positif |
| 4. | Keuntungan per unit | Turun | Negatif |

Sumber data: Lukman Syamsuddin (2000:266)

Volume penjualan akan meningkat karena adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam waktu 10 hari maka harga dari produk yang dibeli oleh perusahaan pembeli akan lebih murah. Bilamana permintaan terhadap produk perusahaan cukup elastis, maka penurunan harga tersebut akan diikuti oleh meningkatnya permintaan dan volume penjualan.

Rata-rata pengumpulan piutang juga diharapkan akan menurun karena pelanggan-pelanggan yang tadinya tidak mengambil atau tidak mendapatkan potongan tunai, sekarang dapat mengambil potongan tunai tersebut. Hal ini, tentu saja berarti suatu pembayaran yang lebih awal dan dengan demikian jangka waktu rata-rata pengumpulan piutang akan berkurang.

Demikian pula halnya dengan kerugian piutang, karena banyaknya pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka probabilitas dari kerugian piutang akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan. Aspek negatif dari adanya potongan tunai adalah menurunnya keuntungan perunit produk yang dijual bilamana semakin semakin banyak pembeli yang mengambil potongan tunai yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut berarti menurunnya dari produk yang dijual.

Sebaliknya, apabila perusahaan memberikan potongan tunai yang kecil maka pengaruhnya adalah kebalikan dari yang disajikan dalam tabel diatas.

b. Periode potongan tunai

Pengaruh dari adanya perubahan dalam periode potongan tunai cukup sulit untuk dianalisa karena sifat-sifatnya yang ditimbulkan oleh perubahan itu sendiri. Apabila, periode potongan tunai diperpanjang maka dapat diharapkan akan terjadi perubahan-peubahan sebagai berikut:

Tabel 2.3. Pengaruh perpanjangan potongan tunai

| No. | Keterangan | Perubahan naik atau turun | Pengaruh atas laba positif atau negatif |
|-----|--|---------------------------|---|
| 1. | Volume penjualan | Naik | Positif |
| 2. | Rata-rata pengumpulan piutang dari pembeli yang tadinya tidak mengambil potongan tunai sekarang membayar lebih awal (mengambil potongan tunai) | Turun | Positif |
| 3. | Rata-rata pengumpulan piutang dari pembeli yang tadinya sudah mengambil potongan tunai sekarang tetap mengambil potongan tersebut tetapi membayar lebih lambat | Naik | Negatif |
| 4. | Kerugian piutang | Turun | Positif |
| 5. | Keuntungan per unit | Turun | Negatif |

Sumber data: Lukman Syamsuddin (2000:269)

Dalam menentukan akibat yang sebenarnya dari adanya perubahan periode potongan tunai di atas terdapat suatu masalah yang disebabkan karena adanya dua faktor yang mempengaruhi rata-rata pengumpulan piutang. Apabila periode potongan tunai diperpanjang maka dapat diharapkan adanya pengaruh yang positif atas keuntungan perusahaan karena pelanggan-pelanggan yang tadinya tidak mengambil potongan tunai yang ditawarkan oleh perusahaan sekarang akan dapat mengambalnya, sehingga akan menurunkan jangka waktu rata-rata

pengumpulan piutang. Akan tetapi tidak boleh dilupakan, hal tersebut juga akan membawa efek negatif atas keuntungan perusahaan karena dengan adanya perpanjangan periode potongan tunai sekarang akan membayar lebih lambat namun tetap memperoleh potongan tunai sehingga memperlambat rata-rata pengumpulan piutang. Sebaliknya, bilamana perusahaan memperpendek periode potongan tunai yang diberikan maka pengaruhnya adalah merupakan kebalikan dari yang disajikan dalam tabel di atas, kecuali untuk pembeli yang memang tidak mengambil potongan tunai.

Sebaliknya, apabila perusahaan memperpendek periode potongan tunai yang diberikan maka pengaruhnya adalah merupakan kebalikan dari yang disajikan tabel diatas.

Konsekuensi dari pemberian potongan tunai bagi perusahaan adalah bahwa perusahaan akan mengeluarkan biaya yang lebih besar yaitu sebesar potongan tunai yang diberikan. Karena itu, potongan yang optimal terjadi apabila potongan tunai sama dengan keuntungan yang diharapkan dari pemberian potongan tersebut. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam pemberian potongan tunai, yaitu, tingkat potongan tunai harus cukup menguntungkan (menarik) bagi pelanggan yang akan memanfaatkannya, dan tingkat potongan tunai tersebut harus menguntungkan bagi perusahaan.

Tingkat potongan tunai yang menarik bagi pelanggan adalah tingkat potongan tunai yang mengandung biaya bunga kredit penjualan yang lebih besar daripada bunga kredit bank. Sehingga apabila pelanggan tidak akan menanggung biaya bunga kredit penjualan yang lebih besar daripada biaya bunga kredit.

Suatu misal perusahaan memberikan syarat pembayaran 2/10, net 30, yang berarti perusahaan memberikan potongan tunai sebesar 2% dari pembayaran yang dilakukan sampai dengan hari ke-10 setelah menyerahkan barang dan pembayaran penuh harus dilakukan dalam jangka waktu 30 hari. Karena jumlah bersih itu harus dibayar dalam jangka waktu 30 hari, maka jika tidak diambil potongan tunai berarti harus membayar ekstra 2% untuk menggunakan uang selama 20 hari tambahan atau

membayar bunga kredit penjualan sebesar 2% untuk penggunaan uang selama 20 hari. Jika dalam satu tahun maka terjadi 18 kali periode semacam itu.

Agar lebih tepat lagi perhitungan tersebut, dapat digunakan perhitungan atas dasar bunga majemuk (*compound interest*) dengan penjumlahan majemuk. (Weston dan Brigham, 1993:281). Rumus perhitungan bunga majemuk, sebagai berikut :

Rumus :

$$\frac{r}{365} = \left[\frac{1}{1-i} \right]^n - 1$$

Keterangan :

- r = Biaya bunga kredit penjualan
- i = Potongan tunai yang diberikan
- n = Periode potongan tunai

Tingkat potongan tunai juga harus menguntungkan bagi perusahaan. Menentukan tingkat potongan tunai yang optimal pada periode yang akan datang dengan menggunakan Metode *Net Present Value* (Weston dan Brigham, 1993:340), sebagai berikut:

Rumus:

$$NPV = p_1(1-\delta)S_1 \left(1 + \frac{k}{365}\right)^{-M} + p_2S_2 \left(1 + \frac{k}{365}\right)^{-N} + p_3(1+\delta)S_2 \left(1 + \frac{k}{365}\right)^{-O} - S_2 \left(1 + \frac{k}{365}\right)^{-C}$$

Keterangan :

- NPV = Keuntungan/kerugian bersih dari perubahan kebijaksanaan potongan tunai
- P_1 = Bagian penjualan dengan potongan tunai
- P_2 = Bagian penjualan tanpa potongan tunai
- P_3 = Bagian penjualan yang menunggak
- $(1 - \delta)$ = Presentase potongan tunai bagi pembayaran cepat
- $(1 + \delta)$ = Presentase bunga penjualan kredit yang menunggak
- S_1 = Tingkat penjualan kredit tahun sebelumnya
- S_2 = Tingkat penjualan kredit tahun sekarang

- k = Biaya modal yang diterapkan
 M = Periode pengumpulan rata-rata atas penjualan dengan potongan
 N = Periode pengumpulan rata-rata atas penjualan tanpa potongan
 O = Periode pengumpulan piutang rata-rata atas penjualan kredit yang menunggak
 C = periode pengumpulan rata-rata menyeluruh sebelum perubahan tingkat potongan tunai

c. Periode kredit

Periode kredit adalah jangka atau tenggang waktu yang diberikan perusahaan kepada para pelanggannya untuk membayarnya, misalnya, jangka waktu kredit bisa 30, 60, 90 hari. Perubahan dalam periode kredit (misalnya dari net 30 hari menjadi net 60 hari) akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengaruh – pengaruh berikut ini diperkirakan akan terjadi bilamana perusahaan memperpanjang periode kredit yang diberikan.

Tabel 2.4. Perpanjangan periode kredit

| No. | Keterangan | Perubahan naik atau turun | Pengaruh atas laba positif atau negatif |
|-----|-------------------------------|---------------------------|---|
| 1. | Volume penjualan | Naik | Positif |
| 2. | Rata-rata pengumpulan piutang | Naik | Negatif |
| 3. | Kerugian piutang | Naik | Negatif |

Sumber data : Lukman Syamsuddin (2000:270)

perpanjangan periode kredit akan meningkatkan volume penjualan tetapi baik rata-rata pengumpulan piutang maupun kerugian piutang juga akan meningkat. Dengan demikian peningkatan volume penjualan akan membawa pengaruh yang negatif bagi keuntungan perusahaan. Kebalikan dari hal ini, perpendekkan periode kredit, akan mempunyai pengaruh-pengaruh yang sebaliknya.

2.2.4.3. Kebijakan penagihan

Kebijakan penagihan piutang merupakan prosedur yang harus diikuti dalam pengumpulan piutang-piutang apabila sudah jatuh tempo. Sebagian dari keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijaksanaan penagihannya dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya dapat tergantung pada kebijaksanaan penagihan tetapi juga kepada kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

Apabila diasumsikan bahwa jumlah kerugian piutang konstan dalam hubungannya dengan standar kredit yang diberikan, maka semakin besar jumlah pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan-pengumpulan piutang sehingga dapat mengurangi kerugian piutang yang diderita oleh perusahaan. Sehubungan dengan ini tentu saja perusahaan harus menetapkan suatu jumlah yang optimal dari pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang tersebut bila ditinjau dari sudut pandang untung-ruginya bagi perusahaan (*cost-benefit viewpoint*).

Dengan semakin intensifnya usaha-usaha penagihan piutang maka dapat diharapkan akan timbul akibat-akibat sebagai berikut ini.

Tabel 2.5. Pengaruh usaha Penagihan piutang secara insentif

| No. | Keterangan | Perubahan naik atau turun | Pengaruh atas laba positif atau negatif |
|-----|---|---------------------------|---|
| 1. | Volume penjualan | 0 atau Turun | Tetap atau Negatif |
| 2. | Rata-rata pengumpulan piutang | Turun | Positif |
| 3. | Kerugian piutang | Turun | Negatif |
| | Pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang | Naik | Negatif |

Sumber data : Lukman Syamsuddin (2000:270)

Dengan bertambahnya pengeluaran-pengeluaran untuk penagihan piutang diharapkan akan dapat menurunkan jumlah kerugian piutang serta lama rata-rata pengumpulan piutang. Oleh karena itu, kedua hal ini akan mempunyai piutang dan pengaruh positif atas keuntungan perusahaan. Akan tetapi kelemahan dari strategi ini

di samping memerlukan biaya penagihan yang lebih besar juga dapat mengakibatkan turunnya volume penjualan.

Perusahaan harus berhati-hati untuk tidak terlalu agresif dalam usaha-usaha penagihan dari pelanggan. Bilamana pelanggan tidak dapat membayar tepat pada waktunya maka sebaiknya perusahaan menunggu sampai suatu jangka waktu tertentu yang dianggap wajar sebelum menerapkan prosedur-prosedur penagihan yang sudah ditetapkan.

Sejumlah teknik penagihan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan bilamana pelanggan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditetapkan, sebagai berikut:

- a. Melalui surat. Bilamana waktu pembayaran hutang dari pelanggan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada mengingatkan pelanggan yang belum membayar tersebut bahwa hutang sudah jatuh tempo.
- b. Melalui telepon. Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata hutang-hutang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelpon pelanggan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut ternyata misalnya, pelanggan mempunyai alasan yang dapat diterima maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan sampai suatu jangka waktu tertentu.
- c. Kunjungan personal. Teknik penagihan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat pelanggan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha penagihan piutang.
- d. Tindakan yuridis. Bilamana ternyata pelanggan tidak mau membayar hutang-hutangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

Apabila perusahaan menerapkan atau ingin merubah kebijaksanaan penjualan kredit, maka perusahaan harus menetapkan kebijaksanaan penjualan kredit yang optimal, dimana harus menentukan titik laba marginal dari kenaikan penjualan harus sama dengan biaya yang ditimbulkan sebagai akibat pemberian kredit kepada pelanggan.

Dalam buku dasar-dasar manajemen keuangan, John D Martin dkk (1993:131) memberikan suatu metode analisis kebijaksanaan penjualan kredit optimal. Kategori dalam analisis ini merupakan perubahan dari periode discount, tingkat resiko para pelanggan menerima kredit dan proses penagihan. Prosedur umum dalam analisis marginal ini sebagai akibat penetapan atau perubahan kebijaksanaan penjualan kredit (simbol Δ artinya perubahan dalam) sebagai berikut :

- jika Δ laba yang dihasilkan - Δ biaya-biaya > 0 , maka perubahan kibijakan penjualan kredit dapat disetujui
- jika Δ laba yang dihasilkan - Δ biaya-biaya < 0 , maka perubahan kibijakan penjualan kredit tidak dapat disetujui.
- jika Δ laba yang dihasilkan - Δ biaya-biaya $= 0$, maka perubahan kibijakan penjualan kredit tidak berguna diubah.

Berikut ini langkah-langkah prosedur pemakaian analisis marginal atau *incremental credit* atas perubahan kebijaksanaan penjualan kredit:

- Menaksirkan sumbahan laba tambahan dari perubahan kebijaksanaan kredit yang diusulkan

Rumus:

$$\Delta P = (\Delta S) \cdot (1-V) - \Delta B$$

- Menentukan *opportunity cost* atau biaya kesempatan yang disebabkan penundaan penagihan piutang karena pelanggan lama mengubah kebiasaan pembayarannya

Rumus:

$$OC = (R) \cdot (\Delta ACP) \cdot [(S_{lama} - B_{lama}) / 360]$$

- Menentukan biaya penyediaan atas investasi marginal piutang dan inventory dari penjualan kredit baru

Rumus:

$$DRR = \{ (ACP_{baru}) - [(\Delta S - \Delta B) / 360] \cdot (V) + \Delta I \} \cdot R$$

- Membandingkan tambahan pendapatan dengan tambahan biaya

Rumus:

$$(\Delta P) - [(OC) - (DRR)]$$

Keterangan:

- S_{lama} = Tingkat penjualan tahunan yang lama
- ΔS = Tambahan laba penjualan yang diperoleh dari perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang diusulkan
- B_{lama} = Tingkat piutang tak tertagih dalam penjualan yang lama
- ΔB = Tambahan piutang tak tertagih dalam perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang diusulkan
- ΔACP = Perubahan rata-rata periode penagihan pada penjualan tertagih yang lama
- ACP_{baru} = Rata periode penagihan pada penjualan yang baru
- ΔI = Perubahan rata-rata simpanan inventori yang diperlukan untuk membiayai penjualan kredit dalam usulan perubahan kebijaksanaan penjualan kredit
- V = Variabel biaya
- R = Tambahan biaya atas investasi dalam piutang dan inventory yang diperlukan untuk membiayai tingkat penjualan kredit atas usulan perubahan kebijaksanaan penjualan kredit
- ΔP = Sumbangan tambahan laba
- OC = *Opportunity cost* atau biaya yang disebabkan para pelanggan lama mengubah kebiasaannya

DRR = Biaya penyediaan atas investasi marigal dalam piutang dan inventori disebabkan usulan perubahan kebijaksanaan penjualan kredit

2.2.5. Pengertian likuiditas Perusahaan

Arti likuiditas berasal dari kata likuid yang berarti cair sehingga likuiditas dapat diartikan sebagai alat untuk mengukur tingkat kecairan dari alat cair (aktiva lancar) terhadap hutang-hutang lancarnya.

Struktur kekayaan itu erat hubungannya anantara struktur modal dengan elemen-elemen hutang lancar, maka kita akan memperoleh banyak gambaran tentang finansial suatu Perusahaan. Dengan membandingkan elemen aktiva lancar dengan elemen-elemen hutang lancar, kita dapat mengetahui keadaan atau tingkat likuiditas suatu Perusahaan pada saat periode tertentu. Masalah likuiditas menurut Bambang Riyanto (1997:19) sebagai berikut:

Masalah likuiditas badan usaha berarti kemampuan Perusahaan untuk dapat menyediakan alat-alat likuid sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi kewajiban finansialnya pada saat ditagih. Apabila kemampuan membayar tersebut dihubungkan dengan kewajiban finansial untuk menyelenggarakan proses produksi, maka dinamakan likuiditas badan usaha.

Dari pendapat-pendapat tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa likuiditas adalah perbandingan aktiva lancar yang mudah dicairkan dengan semua kewajiban jangka pendek yang harus segera dibayar. Artinya total aktiva yang harus dimiliki Perusahaan harus lebih besar daripada hutang-hutangnya yang harus segera dilunasi. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancar menunjukkan bahwa posisi likuiditas Perusahaan kuat, begitu pula sebaliknya apabila aktiva lancar lebih kecil dibandingkan hutang lancar menunjukkan likuiditas Perusahaan lemah. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktunya berarti dalam keadaan likuid dan Perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya, apabila Perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran atau aktiva lancar yang lebih besar daripada hutang

lancarnya. Sebaliknya, Perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih berarti Perusahaan tersebut dalam keadaan ilikuid. Apabila kemampuan Perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang berhubungan dengan pihak luar Perusahaan atau kreditur dinamakan likuiditas badan usaha, sedangkan yang berhubungan dengan pihak intern atau proses produksi dinamakan likuiditas Perusahaan.

Dengan demikian, Perusahaan harus memperhatikan apakah Perusahaan setiap saat dapat memenuhi pembayaran-pembayarannya yang diperlukan untuk kelancaran operasi Perusahaan. Pemeliharaan tingkat likuiditas Perusahaan apabila kurang diperhatikan maka kepercayaan masyarakat akan hilang atau berkurang. Khususnya bila kreditur seperti bank, karena pada umumnya, pihak bank apabila akan memberikan kredit terlebih dahulu akan melihat kemampuan Perusahaan dalam memenuhi jangka pendeknya.

Untuk mengetahui tingkat likuiditas, dapat menggunakan rasio-rasio likuiditas yang umum digunakan yaitu:

- 1) *Current ratio* atau rasio lancar. Adalah angka atau nisbah yang diperoleh dengan jalan membandingkan aktiva lancar dengan kewajiban lancar. (Weston dan Brigham, 1998: 295). Rasio tersebut menunjukkan samapai sejauh mana tagihan-tagihan jangka pendek dari para kreditur dapat dipenuhi dengan aktiva yang diharapkan menjadi uang tunai dalam waktu dekat.

Rumus:

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Kewajiban lancar}} \times 100\%$$

Tidak ada ketentuan mutlak tentang ketentuan mutlak tentang mutlak tentang berupa tingkat rasio lancar yang dianggap baik atau yang harus dipertahankan oleh suatu Perusahaan karena biasanya tingkat rasio lancar sangat tergantung pada jenis usaha dari masing-masing Perusahaan. Namun sebagai pedoman secara umum, tingkat rasio lancar 2,00 sudah dianggap baik. Rasio lancar ini

menunjukkan tingkat keamanan (*margin of safety*) kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya. Tetapi suatu Perusahaan dengan rasio lancar yang tinggi belum tentu menjamin akan dapat dibayarnya hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo karena proporsi/distribusi dari aktiva Lancar tidak menguntungkan. Misalnya, Tingkat piutang relatif tinggi sehingga tingkat perputaran piutang rendah yang disebabkan karena Perusahaan mengalami kesulitan dalam menagih.

- 2) *Acid test ratio, quick ratio* atau rasio cair. Adalah rasio yang dihitung dengan mengurangi persediaan dari aktiva lancar dan membandingkan sisanya dengan kewajiban lancar. (Weston dan Brigham, 1998:286)

Rumus:

$$\text{Rasio cepat} = \frac{\text{Aktiva lancar} - \text{persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}} \times 100\%$$

Rasio cepat merupakan ukuran kemampuan Perusahaan dalam memenuhi kewajiban dengan tidak memperhitungkan persediaan, karena persediaan memerlukan waktu yang relatif lama untuk direalisasikan menjadi uang kas dan menganggap bahwa piutang segera dapat direalisasikan menjadi uang kas, atau dengan kata lain persediaan tidak likuid dibandingkan dengan piutang yang lebih likuid. Hal ini sesuai dengan pendapat Lukman Syamsuddin (2000:45) yang menyatakan bahwa "Persediaan merupakan komponen aktiva lancar yang paling tidak likuid atau sulit diuangkan dengan segera tanpa menurunkan nilainya dan apabila terjadi likuidasi, maka atas aktiva persediaan ini mungkin akan menderita kerugian yang lebih besar jika dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya.

Tingkat rasio cepat sebesar 1,00 pada umumnya sudah dianggap baik dan seperti halnya rasio lancar, berapa besar tingkat rasio cepat tergantung pada jenis usaha masing-masing Perusahaan.

- 3) *Cash ratio* atau rasio cair. Adalah rasio yang mengukur kemampuan Perusahaan untuk membayar hutang yang telah jatuh tempo dengan kas yang tersedia di

Perusahaan dan efek yang harus segera diuangkan. Menurut Syafaruddin Alwi (1991:115) mengatakan "kas ditambah efek, merupakan alat likuid yang paling percaya". Dengan demikian, bertambahnya tinggi cash ratio berarti jumlah uang tunai yang tersedia semakin besar, sehingga pelunasan hutang pada saatnya tidak akan mengalami kesulitan, tetapi bila terlalu tinggi akan mengurangi potensi untuk mempertinggi *rate of return*.

Rumus:

$$\text{Rasio cair} = \frac{\text{Kas + efek}}{\text{Kewajiban lancar}} \times 100\%$$

2.2.6. Pentingnya tingkat likuiditas piutang

Kebijakan penjualan kredit pada akhirnya akan menimbulkan hasil penagihan atau piutang kepada pelanggan yang dalam neraca merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar. Penerimaan kas (*cash in flow*) dalam perkiraan aktiva piutang belum dapat diterima sampai piutang dapat tertagih dan menyebabkan dana yang tertanam dalam piutang. Apabila perusahaan kurang aktif dalam penagihan atau mungkin pelanggan terlambat dalam melakukan pembayarannya, maka akan mempengaruhi tingkat keuntungan dan likuiditas perusahaan. Dengan demikian, likuiditas piutang merupakan kemampuan perusahaan dalam menagih atau mengumpulkan piutangnya dari para pelanggan pada saat jatuh tempo dan diharapkan pada saat jatuh tempo tersebut tersedianya uang tunai untuk membiayai operasi perusahaan. Namun dalam kenyataan secara umum sering terdapat beberapa piutang yang telah jatuh tempo belum terbayar, sehingga menyebabkan tingkat piutang tinggi. Hal ini perlu dilakukan suatu analisis atau pemantauan atas efektifitas kebijakan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan. Menurut pendapat Weston dan Brigham (1993:319) yang menyatakan, bahwa "Ada dua metode yaitu Umur rata-rata pengumpulan piutang dan daftar umur piutang yang digunakan untuk mengetahui tingkat kecepatan mengubah penjualan kredit menjadi kas yang merupakan ukuran efisiensi dari kebijakan perusahaan dalam mengumpulkan

tagihannya dan ukuran hasil usahanya mengumpulkan tagihan. Adapun dua metode tersebut, sebagai berikut:

- 1) Umur rata-rata pengumpulan piutang (*average collection period*) atau jangka waktu penagihan (*Days sales outstanding*). Umur rata-rata pengumpulan piutang merupakan alat yang penting di dalam penilaian kebijaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang. Dalam hal ini akan dibandingkan dengan persyaratan kredit dan ditelusuri kecenderungan untuk mendeteksi/analisis setiap perubahan yang ada. Umur rata-rata pengumpulan piutang ini digunakan untuk mengetahui periode terikatnya dana dalam piutang apakah sudah berjalan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh Perusahaan. Apabila umur rata-rata pengumpulan piutang lebih kecil daripada jangka waktu yang telah ditetapkan, maka kemampuan pembayaran oleh pelanggan lebih baik dari yang telah direncanakan atau akan memberikan likuiditas yang baik. Sebaliknya, apabila umur rata-rata pengumpulan piutang lebih besar daripada jangka waktu yang ditetapkan oleh Perusahaan, maka kemampuan pembayaran oleh pelanggan lebih jelek dari yang direncanakan atau menghasilkan likuiditas yang kurang baik.

Rumus untuk menentukan rata-rata pengumpulan piutang sebagai berikut:

(bambang Riyanto, 1997:90)

Rumus:

$$\text{Average Collection Period} = \frac{365}{\text{Account receivable turnover}}$$

Atau

$$= \frac{365 \times \text{Average Account receivable}}{\text{net credit sales}}$$

Selain umur rata-rata pengumpulan piutang digunakan sebagai penilaian kebijaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang, tingkat perputaran piutang (*Account receivable turnover*) dapat digunakan untuk penilaian. Tingkat perputaran piutang digunakan untuk menghitung berapa kali dana yang tertanam

dalam piutang Perusahaan selama satu tahun atau kemampuan perputaran dana yang tertanam dalam piutang selama periode tahun tertentu (bambang Riyanto,1997:90)

Rumus:

$$\text{Receivable turnover} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average account receivable}} \times 1$$

Semakin tinggi tingkat perputaran piutang suatu Perusahaan semakin baik pengelolaan piutangnya. Tingkat perputaran piutang dapat ditingkatkan dengan memperketat kebijaksanaan penjualan kredit misalnya, memperpendek waktu pembayaran. Tetapi kebijaksanaan peserta ini cukup sulit untuk diterapkan, karena dengan semakin ketatnya kebijaksanaan penjualan kredit ini kemungkinan besar volume penjualan menurun, sehingga hal tersebut bukanya membawa kebaikan bagi Perusahaan bahkan sebaliknya.

- 2) Daftar umur piutang (*aging schedule*). Daftar umur piutang merupakan laporan yang menunjukkan berapa lama umur piutang dengan memberikan presentase pada kelompok umur piutang yang belum jatuh tempo dan kelompok umur piutang yang telah jatuh temponya telah melewati periode tertentu piutang pada akhir periode. Istilah umur disini merupakan periode waktu dimana piutang terjadi sejak waktu penjualan. Daftar saldo piutang merupakan daftar nilai saldo piutang pada akhir periode sehingga dapat ditentukan jumlah piutang yang belum tertagih, piutang yang telah jatuh tempo dan piutang yang telah menjadi piutang ragu-ragu karena waktu pengembalian telah habis. Semakin tinggi resiko yang ditimbulkannya sehingga semakin rendah pola likuiditas piutang Perusahaan. Menurut Weston dan Copeland (1998:298) "Skedul umur piutang yang baik menunjukkan presentase yang kecil piutang dagang akhir kuartal dari penjualan lama, dengan presentase yang tinggi berdasarkan penjualan bulan-bulan akhir".

Dengan menganalisis kebijaksanaan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh Perusahaan, maka rasio pengumpulan piutang, rasio tingkat perputaran piutang dan daftar umur piutang dapat dijadikan sebagai landasan untuk perencanaan dan

pengambilan keputusan kebijaksanaan penjualan kredit pada masa mendatang. Menurut hasil survei Stone pada tahun 1976 (Dalam Weston dan Copeland, 1995:297) , "dari seluruh perusahaan yang dilaporkan menggunakan prosedur sistematis untuk memproyeksikan piutang, pada umumnya menggunakan proyeksi ACP atau beberapa rasio piutang lainnya terhadap penjualan dan pengendalian piutang menggunakan skedul umur piutang". Hal ini penting dan senantiasa diperlukan, yaitu bagaimana usaha Perusahaan untuk memperkecil piutang.

2.2.7. Metode peramalan

2.2.7.1. Metode kuadrat minimum (*least square*)

Metode kuadrat minimum atau *least square* digunakan untuk meramalkan volume penjualan pada periode mendatang. Metode ini merupakan bentuk persamaan yang menggambarkan garis linear. Konstanta a dan b dalam perumusan yang digunakan bagi penerapan garis linear melalui deret berkala merupakan nilai-nilai statistik yang dihitung dari data sampel deret berkala yang bersangkutan. (Gunawan Adisaputro, 1995:159)

Rumus :

$$Y = a + bx$$

dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum (x^2)}$$

Keterangan :

- Y = Ramalan penjualan pada periode yang akan datang
- a = Nilai trend pada periode dasar
- b = tingkat perkembangan nilai yang diharapkan
- x = Jumlah tahun yang dihitung dari periode dasar
- n = Jumlah periode analisis data

2.2.7.2. Metode geometrik mean

Metode geometrik mean digunakan untuk meramalkan harga jual produk yang dihasilkan oleh perusahaan pada periode mendatang. Metode geometrik mean pada umumnya digunakan untuk mengukur tingkat perubahan (*rate of change*) atau pengrataaan-rataan rasio dengan tujuan untuk mengurangi bias yang disebabkan oleh komponen X_i yang ekstrim. Cara yang praktis guna menghitung geometrik mean ialah dengan menggunakan logaritma. (Anton Dajan, 1993:83).

Rumus :

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log}X_i}{n}$$

Keterangan :

GM = Ramalan harga jual pada periode yang akan datang

X_i = Nilai pada setiap periode waktu

n = Jumlah periode analisis data

2.2.7.3. Metode presentase penjualan

Metode persentase penjualan digunakan untuk menyusun laporan keuangan pro forma atau proyeksi laporan keuangan pada periode mendatang. Metode persentase penjualan adalah metode peramalan kebutuhan keuangan dengan menghitung berbagai pos neraca dan laporan rugi-laba sebagai pesentase penjualan dan mengalikan persentase tersebut dengan penjualan yang diharapkan pada masa mendatang sehingga laporan keuangan tersebut dapat disusun. (Weston dan Brigham, 1998:337). Sebagai contoh yang dikemukakan oleh Weston dan Brigham dapat diketahui dalam tabel 2.6, dan tabel 2.7, sebagai berikut:

Tabel. 2.6. Laporan keuangan per 31 desember 1989

| Neraca per 31 desember | | | |
|--|-------|-----------------------------|--------|
| Aktiva | | Kewajiban dan ekuitas | |
| Aktiva lancar | | Kewajiban | |
| Kas | \$ 10 | Kewajiban lancar | |
| Piutang | 85 | Hutang usaha | \$ 40 |
| Persediaan | 100 | Wesel bayar | 10 |
| Total akita lancar | 195 | Hutang upah | 25 |
| Aktiva tetap bersih | 150 | Total kewajiban lancar | 75 |
| | | Kewajiban tetap | |
| | | Obligasi | 72 |
| | | Total kewajiban | 147 |
| | | Ekuitas | |
| | | Saham biasa | 150 |
| Total aktiva | 345 | Laba ditahan | 48 |
| | | Total kewajiban dan ekuitas | 345 |
| Laporan rugi-laba per 31 Desember 1989 | | | |
| Penjualan | | | \$ 500 |
| Laba bersih | | | 20 |
| Pembayaran Deviden | | | 8 |

Sumber data : Weston dan Brigham (1998:338)

Tabel. 2.7. Neraca per 31 Desember 1989 yang dinyatakan sebagai persentase dari penjualan dan neraca pro forma per 31 Desember 1990

| Keterangan | Pos-pos neraca per 31 Desember 1989 sebagai % dari penjualan tahun 1989 sebesar \$ 500 | Neraca pro forma per 31 Desember 1990 proyeksi penjualan sebesar \$ 750 dikalikan dengan kolom 1 |
|-----------------------|--|--|
| | 1 | 2 |
| Aktiva | | |
| Aktiva lancar | | |
| Kas | 2% | \$ 15 |
| Piutang | 17% | 128 |
| Persediaan | 20% | 150 |
| Aktiva Lancar | 39% | 293 |
| Aktiva tetap | 30% | 225 |
| Aktiva | 69% | |
| Kewajiban dan ekuitas | | 518 |
| Kewajiban | | |
| Kewajiban lancar | | |
| Hutang usaha | 8% | 60 |
| Wesel bayar | n.a | 10 |
| Hutang upah | 5% | 38 |
| Kewajiban lancar | 12% | 108 |
| Kewajiban tetap | | |
| Obligasi | n.a | 72 |
| Kewajiban | | 180 |
| Ekuitas | | |
| Saham biasa | n.a | 150 |
| Laba ditahan | n.a | 66 |
| Ekuitas | n.a | 216 |
| Dana tersedia | | 396 |
| AFN | | 122 |
| Kewajiban Dan ekuitas | | 518 |

Sumber data : Weston dan Brigham (1998:339)

Adapun langkah dalam menyusun laporan pro forma atau proyeksi laporan keuangan pada tabel tersebut diatas sebagai berikut :

- 1) Pada tabel 2.7. kolom 1 , pos-pos neraca yang bervariasi secara langsung dengan penjualan kita bagi dengan penjualan (\$500) untuk memperoleh persentase terhadap penjualan tahun 1989. Pos seperti wesel bayar yang tidak berubah ditandai dengan n.a = *not applicable* (tidak berlaku).
- 2) Kita mengkalikan persentase ini dengan proyeksi penjualan 1990 sebesar \$ 750 untuk menghitung proyeksi jumlah-jumlah pada laporan rugi -laba dan neraca per 31 Desember 1989.
- 3) Untuk wesel bayar, obligasi dan saham biasa kita ambil saja angka-angka dari neraca per 31 Desember 1989.
- 4) Untuk memperoleh kenaikan laba ditahan per 31 Desember 1990 kita tambahkan ke angka neraca 31 Desember 1989. Apabila perusahaan memperkirakan akan memperoleh laba 4% dari penjualan 1990 sebesar \$ 750 atau sama dengan \$ 30 dan 40% diantaranya akan dibayarkan sebagai deviden kepada pemegang saham. Jadi rasio pembagian deviden adalah 40% , dan deviden yang dibayarkan akan berjumlah 4% ($\$ 30$) = \$ 12. Jadi laba yang ditahan untuk tahun 1990 yang diproyeksikan sebesar \$ 30 - \$ 12 = \$ 18. Laba ditahan pada awal periode adalah \$ 48 sehingga penambahan sebesar \$ 18 akan menghasilkan proyeksi laba yang ditahan sebesar \$ 66 seperti terlihat pada tabel.2.7 kolom 2.
- 5) Setelah menjumlahkan perkiraan-perkiraan aktiva, kita memperoleh proyeksi total aktiva sebesar \$ 518 untuk tahun 1990. Untuk total kewajiban dan kekayaan bersih kita akan memperoleh angka proyeksi sebesar \$ 396. Karena kewajiban dan ekuitas harus sama dengan total aktiva sebesar \$ 518, maka terdapat kekurangan sebesar \$122 yang kita sebut sebagai tambahan dana yang diperlukan (*additional funds needed = AFN*). Dana ini dapat diperoleh dari kredit bank atau dengan menerbitkan sekuritas, atau melalui keduanya.

6) Perusahaan dapat menggunakan kredit bank jangka pendek, obligasi/hutang jangka panjang, saham biasa atau kombinasi ketiganya untuk menutupi kekurangan dana tersebut. Apabila perusahaan tersebut telah mengadakan perjanjian dengan para pemegang obligasinya untuk menjaga agar total hutang tidak melampaui 50% dari total aktiva dan juga untuk mempertahankan agar rasio lancar tidak kurang dari 2,5. Ketentuan tersebut membatasi cara pembiayaan yang dapat dipilih sebagai berikut:

a. Pembatasan tambahan hutang

$$\begin{aligned} \text{Hutang maksimum yang diperbolehkan} &= (0,5) \times (\text{total aktiva}) \\ &= (0,5) \times (\$ 518) \\ &= \$ 259 \end{aligned}$$

Dikurangi aktiva yang telah diproyeksikan per 31 Desember 1990

$$\text{Kewajiban lancar} = \$ 108$$

$$\text{Obligasi} = \$ 72$$

$$\begin{aligned} \text{Tambahan hutang maksimum} &= \$ 259 - \$ 72 \\ &= \$ 79 \end{aligned}$$

b. Pembatasan tambahan kewajiban lancar

$$\begin{aligned} \text{Kewajiban lancar maksimum} &= \text{Proyeksi aktiva lancar} / 2,5 \\ &= \$ 293 / 2,5 \\ &= \$ 117 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Dikurangi kewajiban lancar maksimum yang telah diproyeksikan} &= \$ 117 - \$ 108 \\ &= \$ 9 \end{aligned}$$

$$\text{Tambahan kewajiban lancar} = \$ 9$$

c. Ekuitas saham biasa yang dibutuhkan

$$\text{Total tambahan dana yang diperbolehkan} = \$ 122$$

$$\text{Tambahan hutang maksimum} = \$ 79$$

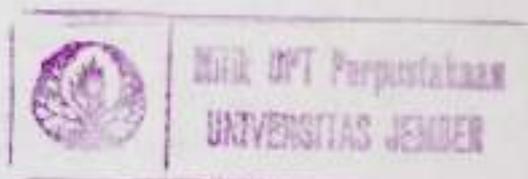
$$\text{Dana saham biasa yang diperlukan} = \$ 43$$

Adapun hasil proyeksi laporan keseluruhan dapat dilihat dalam tabel 2.8 sebagai berikut:

Tabel 2.8. Proyeksi laporan keuangan per 31 desember 1990

| Neraca per 31 desember 1990 | | | |
|--|-------|-----------------------------|--------|
| Aktiva | | Kewajiban dan ekuitas | |
| Aktiva lancar | | Kewajiban | |
| Kas | \$ 15 | Kewajiban lancar | |
| Piutang | 128 | Hutang usaha | \$ 60 |
| Persediaan | 150 | Wesel bayar | 19 |
| Total aktiva lancar | 293 | Hutang upah | 38 |
| Aktiva tetap bersih | 225 | Total kewajiban lancar | 117 |
| | | Kewajiban tetap | |
| | | Obligasi | 142 |
| | | Total kewajiban | 259 |
| | | Ekuitas | |
| | | Saham biasa | 193 |
| | | Laba ditahan | 66 |
| | | Ekuitas | 259 |
| Total aktiva | 518 | Total kewajiban dan ekuitas | 518 |
| Laporan rugi-laba per 31 Desember 1990 | | | |
| Penjualan | | | \$ 750 |
| Biaya | | | 700 |
| Laba operasi | | | 50 |
| Pajak (40%) | | | 20 |
| Laba bersih setelah pajak | | | 30 |
| Pembayaran Deviden (40%) | | | 12 |
| Tambahan laba ditahan | | | 18 |

Sumber data : Weston dan Brigham (1998:342)



BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Survei dilakukan untuk mencari data-data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian dilakukan pada PT Suryajaya Abadiperkasa di probolinggo.

Untuk mendukung penelitian tersebut diperlukan data-data yang berbentuk dokumen. Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, adalah perkembangan penjualan baik secara kredit atau tunai, harga jual per unit, Biaya produksi, volume produksi, daftar pengumpulan piutang yang telah dicapai, dan laporan keuangan. Laporan keuangan digunakan untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan secara keseluruhan. Jenis penelitian ini adalah bersifat studi kasus, karena dalam hal ini hanya menggambarkan analisis tentang kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan oleh perusahaan dan tingkat likuiditas yang telah dicapai oleh perusahaan. Jadi kesimpulan penelitian ini berasal dari analisis dan perhitungan yang hanya berlaku di perusahaan yang diteliti.

3.2. Metode penelitian

3.2.1 Presedur Pengumpulan Data

1) Wawancara

Merupakan suatu cara pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya-jawab secara langsung dengan pimpinan perusahaan, staff keuangan dan pihak yang berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti.

2) Observasi

Merupakan suatu cara pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti untuk memperoleh data yang relevan.

3) Studi Pustaka

Merupakan suatu cara pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku, dokumen dan keterangan yang tertulis yang ada hubungannya dengan obyek dan tujuan penelitian.

3.2.2. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data historis perusahaan pada tahun 1998 - 2002. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya dalam bentuk laporan yang sudah jadi. Data sekunder ini berupa laporan-laporan dan dokumen perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

3.3. Definisi Operasional Variabel

- 1) Kebijakan penjualan kredit adalah merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara menjual barang atau produknya kepada konsumen secara kredit dan akan menimbulkan piutang bagi perusahaan, yaitu tagihan perusahaan atas sejumlah uang tertentu kepada pihak pelanggan atau konsumen tersebut yang telah membeli barang atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan secara kredit (Weston dan Brigham, 1993 : 294).
- 2) Tingkat Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk dapat menyediakan alat-alat analisis likuid sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi kewajiban finansialnya pada saat ditagih (Bambang Riyanto, 1997 : 19).

3.4. Metode Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan dalam metode analisis data ini adalah sebagai berikut :

1) Metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat efektifitas kebijakan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini yaitu pada tahun 1998 – 2002 adalah :

a. *Receivable Turn Over* atau Tingkat Perputaran Piutang, yaitu kemampuan perputarnya dana yang tertanam dalam piutang selama periode tertentu (Bambang Riyanto,1997:90)

Rumus :

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Receivable}}$$

b. *Average Collection Period* atau Periode Rata-rata Pengumpulan Piutang, yaitu periode rata-rata yang diperlukan untuk mengumpulkan piutang dagang perusahaan (Bambang Riyanto,1997:90)

Rumus :

$$\text{Average Collection Period} = \frac{365}{\text{Receivable Turn Over}}$$

atau

$$= \frac{365 \times \text{Average Receivable}}{\text{Net Credit Sales}}$$

c. Menghitung Tingkat Piutang. Tingkat Piutang adalah angka yang menunjukkan besarnya piutang dalam satu periode perputaran piutang yang ditentukan oleh dua faktor yaitu volume penjualan dan periode rata-rata pengumpulan piutang (Weston dan Brigham,1998:472)

Rumus:

Tingkat piutang = Penjualan kredit perhari x Hari rata-rata pengumpulan piutang

- d. Tingkat Investasi dalam Piutang. Tingkat Investasi dalam piutang adalah besarnya dana yang tertanam dalam piutang pada suatu periode perputaran piutang atau dengan kata lain adalah dana yang tertanam pada produk yang terjual secara kredit. (Bambang Riyanto, 1997:53)

Rumus :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Investasi dalam Piutang} = \text{Tingkat piutang} \times (1 - \text{PM})$$

- 2) Metode yang digunakan dalam Analisis Kebijakan Penjualan Kredit pada periode mendatang sebagai berikut :

- a. Menghitung Ramalan Penjualan pada periode yang akan datang dengan menggunakan trend linier dengan Metode *Least Square* (Gunawan Adisaputro, 1995:159)

Rumus :

$$y = a + bx$$

dimana :

$$a = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Keterangan :

- Y = Ramalan penjualan pada periode yang akan datang
 a = Nilai trend pada periode dasar
 b = tingkat perkembangan nilai yang diharapkan
 x = Jumlah tahun yang dihitung dari periode dasar
 n = Jumlah periode analisis data

- b. Menghitung ramalan harga jual pada periode yang akan datang dengan menggunakan Metode Geometrik Mean (Anton Dajan,1993:83)

Rumus :

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log}X_i}{n}$$

Keterangan :

GM = Ramalan harga jual pada periode yang akan datang

X_i = Nilai pada setiap periode waktu

n = Jumlah periode analisis data

- c. Menyusun laporan keuangan pro forma dengan menggunakan metode presentase penjualan (Weston dan Brigham,1998:337)
- d. Menentukan persyaratan kredit yang ditawarkan kepada pelanggan yang membeli produk perusahaan secara kredit. Metode yang digunakan dalam menentukan persyaratan kredit sebagai berikut :
- Menentukan tingkat biaya bunga kredit penjualan yang lebih besar daripada bunga kredit bank dengan perhitungan atas dasar bunga majemuk (Weston dan Brigham,1993:201)

Rumus :

$$\frac{r}{365} = \left(\frac{1}{1-i} \right)^n - 1$$

Keterangan :

r = Biaya bunga kredit penjualan

i = Potongan tunai yang diberikan

n = Periode potongan tunai

- Menentukan tingkat potongan tunai yang optimal pada periode yang akan datang dengan menggunakan Metode Net Present Value (Weston dan Brigham,1993:340)

$$NPV = p_1(1-\delta)S_1\left(1+\frac{k}{365}\right)^{-M} + p_2S_2\left(1+\frac{k}{365}\right)^{-N} + p_3(1+\delta)S_2\left(1+\frac{k}{365}\right)^{-O} - S_1\left(1+\frac{k}{365}\right)^{-C}$$

Keterangan :

- NPV = Keuntungan/kerugian bersih dari perubahan kebijaksanaan potongan tunai
- P_1 = Bagian penjualan dengan potongan tunai
- P_2 = Bagian penjualan tanpa potongan tunai
- P_3 = Bagian penjualan yang menunggak
- $(1 - \delta)$ = Presentase potongan tunai bagi pembayaran cepat
- $(1 + \delta)$ = Presentase bunga penjualan kredit yang menunggak
- S_1 = Tingkat penjualan kredit tahun sebelumnya
- S_2 = Tingkat penjualan kredit tahun sekarang
- k = Biaya modal yang diterapkan
- M = Periode pengumpulan rata-rata atas penjualan dengan potongan
- N = Periode pengumpulan rata-rata atas penjualan tanpa potongan
- O = Periode pengumpulan piutang rata-rata atas penjualan kredit yang menunggak
- C = periode pengumpulan rata-rata menyeluruh sebelum perubahan tingkat potongan tunai
- e. Menganalisis perubahan kebijaksanaan penjualan kredit dengan analisis marginal kredit atau incremental kredit (John D. Martin dkk,1993:131) resedur umum dalam analisis marginal ini sebagai akibat penetapan atau perubahan kebijaksanaan penjualan kredit (simbol Δ artinya perubahan dalam), sebagai berikut :
- jika Δ laba yang dihasilkan - Δ biaya-biaya > 0 , maka perubahan kibijakan penjualan kredit dapat disetujui
 - jika Δ laba yang dihasilkan - Δ biaya-biaya < 0 , maka perubahan kibijakan penjualan kredit tidak dapat disetujui.

- jika Δ laba yang dihasilkan - Δ biaya-biaya = 0, maka perubahan kebijakan penjualan kredit tidak berguna diubah.

Berikut ini langkah-langkah prosedur pemakaian analisis marginal atau *incremental credit* atas perubahan kebijaksanaan penjualan kredit:

- Menaksirkan sumbahan laba tambahan dari perubahan kebijaksanaan kredit yang diusulkan

Rumus:

$$\Delta P = (\Delta S) \cdot (1 - V) - \Delta B$$

- Menentukan *opportunity cost* atau biaya kesempatan yang disebabkan penundaan penagihan piutang karena pelanggan lama mengubah kebiasaan pembayarannya

Rumus:

$$OC = (R) \cdot (\Delta ACP) \cdot [(S_{lama} - B_{lama}) / 360]$$

- Menentukan biaya penyediaan atas investasi marginal piutang dan inventory dari penjualan kredit baru

Rumus:

$$DRR = \{ (ACP_{lama}) \cdot [(\Delta S - \Delta B) / 360] \cdot (V) + \Delta I \} \cdot R$$

- Membandingkan tambahan pendapatan dengan tambahan biaya

Rumus:

$$(\Delta P) - [(OC) - (DRR)]$$

Keterangan:

- S_{lama} = Tingkat penjualan tahunan yang lama
- ΔS = Tambahan laba penjualan yang diperoleh dari perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang diusulkan
- B_{lama} = Tingkat piutang tak tertagih dalam penjualan yang lama
- ΔB = Tambahan piutang tak tertagih dalam perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang diusulkan

- ΔACP = Perubahan rata-rata periode penagihan pada penjualan tertagih yang lama
- ACP_{baru} = Rata periode penagihan pada penjualan yang baru
- ΔI = Perubahan rata-rata simpanan inventori yang diperlukan untuk membiayai penjualan kredit dalam usulan perubahan kebijaksanaan penjualan kredit
- V = Variabel biaya
- R = Tambahan biaya atas investasi dalam piutang dan inventory yang diperlukan untuk membiayai tingkat penjualan kredit atas usulan perubahan kebijaksanaan penjualan kredit
- ΔP = Sumbangan tambahan laba
- OC = *Opportunity cost* atau biaya yang disebabkan para pelanggan lama mengubah kebiasaan pembayarannya
- DRR = Biaya penyediaan atas investasi marigal dalam piutang dan inventori disebabkan usulan perubahan kebijaksanaan penjualan kredit

3) Metode untuk menentukan tingkat likuiditas Perusahaan.

- a. *Current ratio* atau rasio lancar, yaitu angka atau nisbah yang diperoleh dengan jalan membagi aktiva lancar dengan kewajiban lancar. (Weston dan Brigham, 1998:295)

Rumus :

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

- b. *Quick ratio* atau rasio cepat, yaitu rasio yang dihitung dengan mengurangi persediaan dari aktiva lancar dan membagi sisanya dengan kewajiban lancar. (Weston dan Brigham, 1998:297)

Rumus :

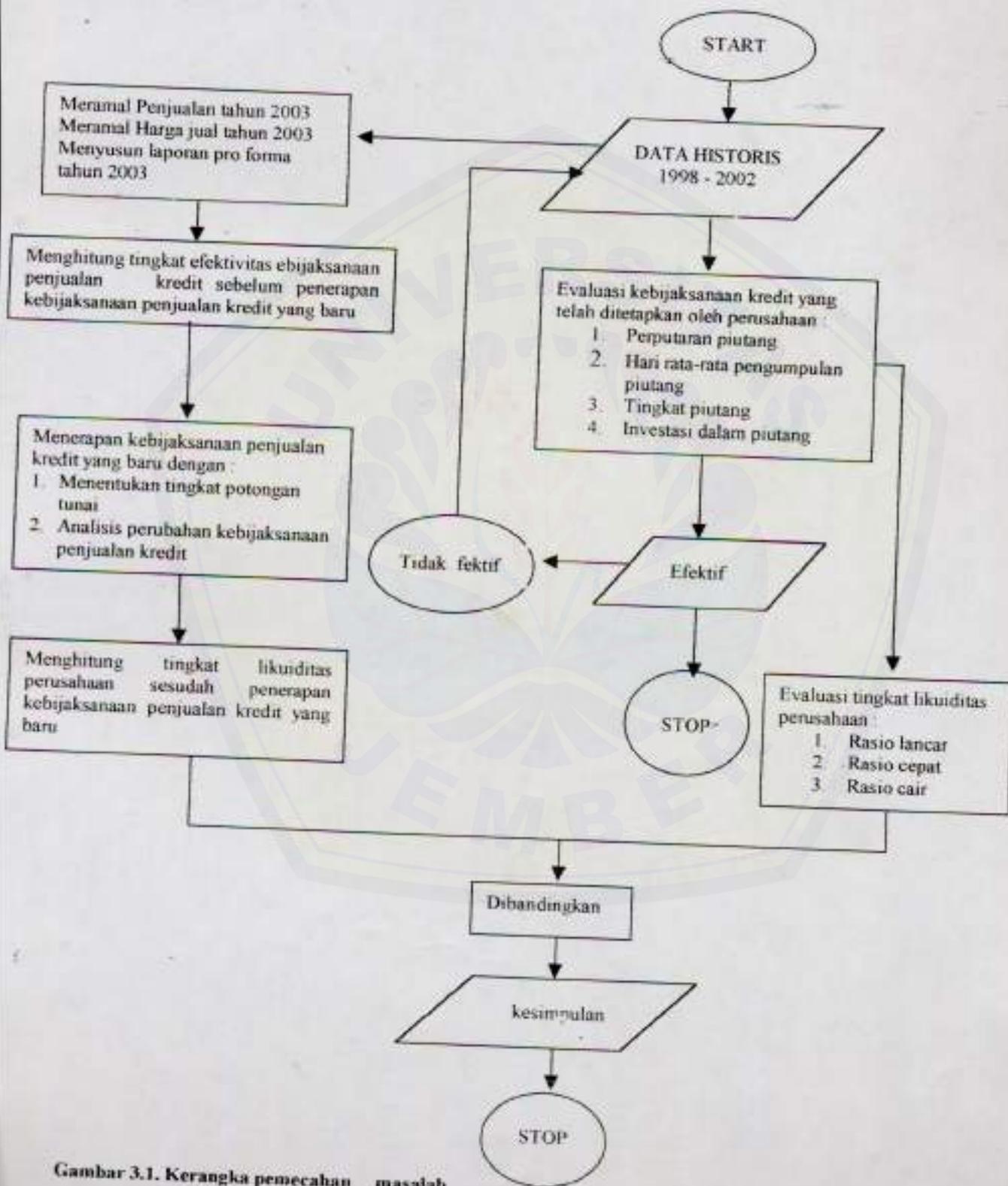
$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

- e. *cash ratio* atau rasio cair, yaitu rasio rasio yang dihitung dengan membandingkan antara kas ditambah efek dengan kewajiban lancar. (bambang Riyanto,1997:332)

Rumus :

$$\text{Rasio cair} = \frac{\text{Kas} + \text{Efek}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

3.5. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1. Kerangka pemecahan masalah

Keterangan :

1. Mengumpulkan data historis data tahun 1998-2002.
2. Mengevaluasi kebijaksanaan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh Perusahaan.
3. Mengevaluasi tingkat likuiditas Perusahaan yang telah dicapai.
4. Apabila analisis kebijaksanaan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh Perusahaan efektif sehingga mengakibatkan tingkat likuiditas Perusahaan tinggi, maka tidak perlu diadakan penerapan analisis kebijaksanaan penjualan kredit yang baru.
5. Apabila analisis kebijaksanaan penjualan kredit yang telah diterapkan oleh Perusahaan kurang efektif sehingga mengakibatkan tingkat likuiditas Perusahaan menurun, maka perlu diadakan penerapan analisis kebijaksanaan penjualan kredit yang baru.
6. Meramalkan tingkat penjualan, meramalkan harga jual, menyusun laporan keuangan pro forma tahun 2003.
7. Menghitung efektifitas kebijaksanaan penjualan kredit sebelum penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru.
8. Penerapan kebijaksanaan penjualan kredit baru dengan menentukan tingkat potongan tunai yang optimal dan menganalisis perubahan kebijaksanaan penjualan kredit
9. Menghitung tingkat likuiditas Perusahaan setelah penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru. Kemudian membandingkan dengan tingkat likuiditas perusahaan tahun 1998 -2002.
10. Membandingkan tingkat likuiditas perusahaan periode mendatang dengan tingkat likuiditas perusahaan yang telah dicapai pada tahun sebelumnya
11. Kesimpulan.
12. Stop.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN



WIRI DPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada PT. Suryajaya Abadiperkasa tentang permasalahan kebijaksanaan penjualan kredit sebagai usaha mengoptimalkan tingkat likuiditas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kebijakan penjualan kredit yang diterapkan oleh PT. Suryajaya Abadiperkasa pada tahun 1998 – 2003 kurang efektif. Berdasarkan perhitungan periode pengumpulan piutang perusahaan sebelum adanya perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang baru lebih lambat daripada jangka waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan mengalami penurunan setiap tahunnya, sehingga mengakibatkan tingkat perputaran piutang menjadi lambat dan dana yang ditanam dalam investasi piutang oleh perusahaan tidak dapat segera menjadi penerimaan kas. Keadaan ini mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek pada saat jatuh tempo.
- 2) Tingkat likuiditas melalui pengukuran *current ratio* yang dicapai perusahaan selama lima tahun periode mengalami naik turun (berfluktuasi) dan apabila dibandingkan dengan tingkat *current ratio* secara umum, maka tingkat *current ratio* yang dicapai oleh perusahaan tidak optimal. Tingkat likuiditas perusahaan melalui pengukuran *quick ratio* mengalami naik turun (Berfluktuasi) dan apabila dibandingkan dengan tingkat *quick ratio* secara umum maka tingkat *quick ratio* yang dicapai perusahaan sudah optimal. Tingkat likuiditas perusahaan melalui pengukuran *cash ratio* mengalami penurunan dan apabila dibandingkan dengan *cash ratio* tingkat secara umum maka tingkat *cash ratio* yang dicapai perusahaan tidak optimal.

- 3) Usaha kebijaksanaan penjualan kredit yang baru pada tahun 2003 sebagai usaha untuk mengendalikan saldo piutang sebagai berikut:
- a. Persyaratan kredit dengan tingkat potongan tunai yang menarik bagi pelanggan dan menguntungkan bagi perusahaan adalah dengan syarat kredit 2/20 net 60, karena mempunyai biaya bunga kredit penjualan yang lebih besar dari bunga kredit bank sehingga menarik bagi pembeli atau pelanggan dan mempunyai NPV positif sebesar Rp. 149.826.419,200,00 sehingga menguntungkan bagi perusahaan.
 - b. Analisis perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang optimal adalah dengan membandingkan antara biaya marginal atas pemberian kredit dan laba marginal dari peningkatan penjualan sebagai akibat perubahan kredit. Analisis perubahan kebijaksanaan penjualan kredit yang optimal sebagai perubahan kebijaksanaan penjualan kredit menunjukkan laba marginal sebesar Rp. 14.653.259.190,00 maka usulan atas perubahan kebijaksanaan penjualan kredit tersebut dapat diterima dan dijalankan.

Setelah adanya penerapan kebijaksanaan penjualan kredit baru untuk peramalan tahun 2003, terjadi penurunan saldo piutang bersih antara saldo piutang bersih sebelum perubahan kebijaksanaan penjualan kredit dengan saldo piutang bersih setelah perubahan kebijaksanaan penjualan kredit sebesar Rp. 448.187.680.000,00 dan digunakan untuk melunasi sebagian kewajiban lancar pada neraca proyeksi tahun 2003.

Tingkat likuiditas PT. Suryajaya Abadiperkasa sesudah penerapan kebijaksanaan penjualan kredit yang menjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan tingkat likuiditas yang dicapainya pada tahun-tahun sebelumnya.

5.2. Saran – Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan yang telah diperoleh diatas, maka penulis dapat memberikan saran-saran untuk kepentingan perusahaan pada masa yang akan datang. Adapun saran-saran sebagai berikut:

- 1) Agar tingkat saldo piutang perusahaan dapat menurun dan terkendali, maka disarankan agar perusahaan memberikan rangsangan kepada pembeli atau pelanggan agar tertarik untuk membayar kreditnya lebih cepat dari jangka waktu yang ditetapkan oleh perusahaan, yaitu dengan memberikan kebijaksanaan persyaratan kredit 2/20 net 60 melalui tingkat potongan tunai yang optimal.
- 2) Agar jumlah pembeli atau pelanggan yang akan memanfaatkan syarat kredit 2/20 net 60 tersebut menjadi banyak, sebaiknya perusahaan terutama bagian pemasaran harus dapat menjelaskan pada pembeli atau pelanggan tersebut tentang keuntungan yang didapatkannya jika membayar pada periode potongan tunai.
- 3) Perusahaan perlu untuk mengadakan seleksi atau penyaringan terhadap pembeli atau pelanggan baru, hal ini bertujuan untuk mengurangi resiko tertundanya penerimaan piutang atau tidak tertagihnya piutang.
- 4) Perusahaan perlu untuk mengaktifkan kembali usaha penagihan yang aktif dalam arti melaksanakan kegiatan penagihan terhadap pembeli atau pelanggan yang terlambat membayar kreditnya dari batas waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan, agar dana perusahaan atau uang yang tertanam dalam piutang dapat menjadi uang tunai sehingga dapat memperkuat kemampuan kas dalam membiayai operasi perusahaan terutama memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton Dajan, 1985, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid Satu, Cetakan Kedua, Jakarta, LP3ES.
- Bambang Riyanto, 1997, *Dasar - Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat, Cetakan Kedua, Yogyakarta, Badan Penerbit Gajah Mada.
- Diah Utari Krisminarsih, 1994, *Penerapan Kebijakan Penjualan Kredit sebagai Usaha Meningkatkan Likuiditas Pada PT. Pangestu Segoro Indonesia di Gresik*, Skripsi, Surabaya, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus Surabaya.
- Fauzi, 1993, *Prinsip Akuntansi Keuangan*, Cetakan Pertama, Surabaya, Penerbit Indah Surabaya.
- Gunawan Adisaputro, 1998, *Anggaran Perusahaan*, Buku Kesatu, Edisi Ketiga, Cetakan Kesepuluh, Yogyakarta, BPFE, UGM.
- Horgren, Harison, Robinson, Secokusomo, 1997, *Akuntansi di Indonesia*, Jilid Pertama, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Terjemahan, Jakarta, Salemba Empat Patria.
- Indriyo Gitosudarmo, 1994, *Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, Yogyakarta, BPFE UGM.
- Lukman Syamsuddin, 2000, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Edisi Baru, Cetakan Kelima, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Martin D. John, Scott F. David, Petty W. Jay, Keown J. James, 1993, *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan*, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Terjemahan, Jakarta, Salemba Empat Patria.
- Weston Fred dan Brigham F. Eugene, 1993, *Managerial Finance*, Jilid Kesatu, Edisi Ketujuh, Terjemahan, Jakarta, Erlangga.
- Weston Fred dan Brigham F. Eugene, 1998, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Jilid satu, Cetakan Ketiga, Terjemahan, Jakarta, Erlangga.
- Weston Fred dan Copeland, 1998, *Manajemen Keuangan*, Jilid Kedua, Edisi Sembilan, Terjemahan, Jakarta, Bina Rupa Aksara.

- S. Munawir, 1998, *Analisa laporan Keuangan*, Edisi Keempat, cetakan kesembilan, Yogyakarta, Liberty
- Syafaruddin Alwi, 1993, *Alat - Alat Analisis Dalam Pembelanjaan*, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Andi Offset



Lampiran 1
PT. Suryajaya Abadiperkasa
Perhitungan receivable Turover/Tingkat perputaran piutang
tahun 1998 – 2002

Rumus :

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Receivable}}$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Receivable Turnover} &= \frac{633.735.000.000}{(90.602.652.000 + 150.820.205.000)/2} \\ &= \frac{633.735.000.000}{120.711.428.000} \\ &= 5,25 \text{ kali} \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Receivable Turnover} &= \frac{1.009.253.784.000}{(150.820.205.000 + 216.181.171.000)/2} \\ &= \frac{1.009.253.784.000}{183.500.688.000} \\ &= 5,50 \text{ kali} \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Receivable Turnover} &= \frac{1.257.729.408.000}{(216.181.171.000 + 272.256.834.000)/2} \\ &= \frac{1.257.729.408.000}{244.219.302.500} \\ &= 5,15 \text{ kali} \end{aligned}$$

Tahun 2001

$$\begin{aligned} \text{Receivable Turnover} &= \frac{1.605.554.880.000}{(272.256.834.000 + 349.965.118.000)/2} \\ &= \frac{1.605.554.880.000}{311.110.976.000} \\ &= 5,16 \text{ kali} \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Receivable Turnover} &= \frac{2.196.981.600.000}{(349.965.118.000 + 565.443.882.000)/2} \\ &= \frac{2.196.981.600.000}{457.704.500.000} \\ &= 4,8 \text{ kali} \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel. 4.12 – 4.17

Lampiran 2**PT. Suryajaya Abadiperkasa****Perhitungan average collection period/Periode Rata-rata pengumpulan piutang tahun 1998 – 2002**

Rumus :

$$\text{Average Collection Period} = \frac{365}{\text{Receivable Turnover}}$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Average Collection Period} &= \frac{365}{5,25} \\ &= 69,52 \text{ hari} \rightarrow 70 \text{ hari} \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Average Collection Period} &= \frac{365}{5,5} \\ &= 66,36 \text{ hari} \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Average Collection Period} &= \frac{365}{5,15} \\ &= 70,87 \text{ hari} \rightarrow 71 \text{ hari} \end{aligned}$$

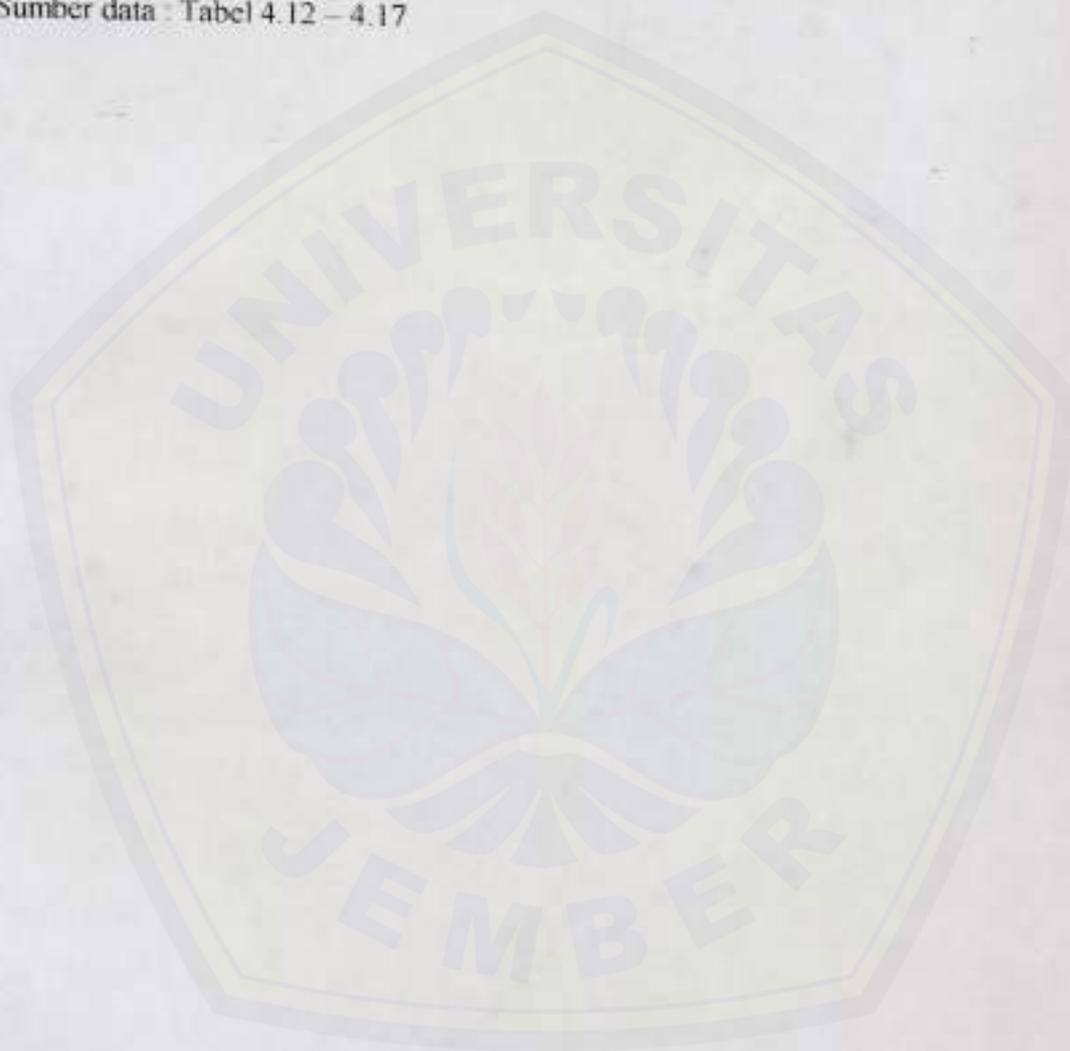
Tahun 2001

$$\begin{aligned} \text{Average Collection Period} &= \frac{365}{5,16} \\ &= 70,74 \text{ hari} \rightarrow 71 \text{ hari} \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Average Collection Period} &= \frac{365}{4,8} \\ &= 76 \text{ hari} \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 4.12 – 4.17



Lampiran 3
PT. Suryajaya Abadiperkasa
Perhitungan tingkat piutang tahun 1998- 2002

Rumus :

$$\text{Tingkat piutang} = \frac{\text{Penjualan kredit perhari} \times \text{Periode pengumpulan piutang}}{\text{Penjualan kredit perhari}}$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Penjualan kredit perhari} &= \frac{633.735.000.000}{365} \\ &= 1.736.260.274 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Piutang} &= 1.736.260.274 \times 70 \text{ hari} \\ &= 121.538.219.200 \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Penjualan kredit perhari} &= \frac{1.009.253.784.000}{365} \\ &= 2.803.482.733 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Piutang} &= 2.803.482.733 \times 66,36 \text{ hari} \\ &= 183.490.633.200 \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Penjualan kredit perhari} &= \frac{1.257.729.408.000}{365} \\ &= 3.445.834.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Piutang} &= 3.445.834.000 \times 71 \text{ hari} \\ &= 244.206.255.500 \end{aligned}$$

Tahun 2001

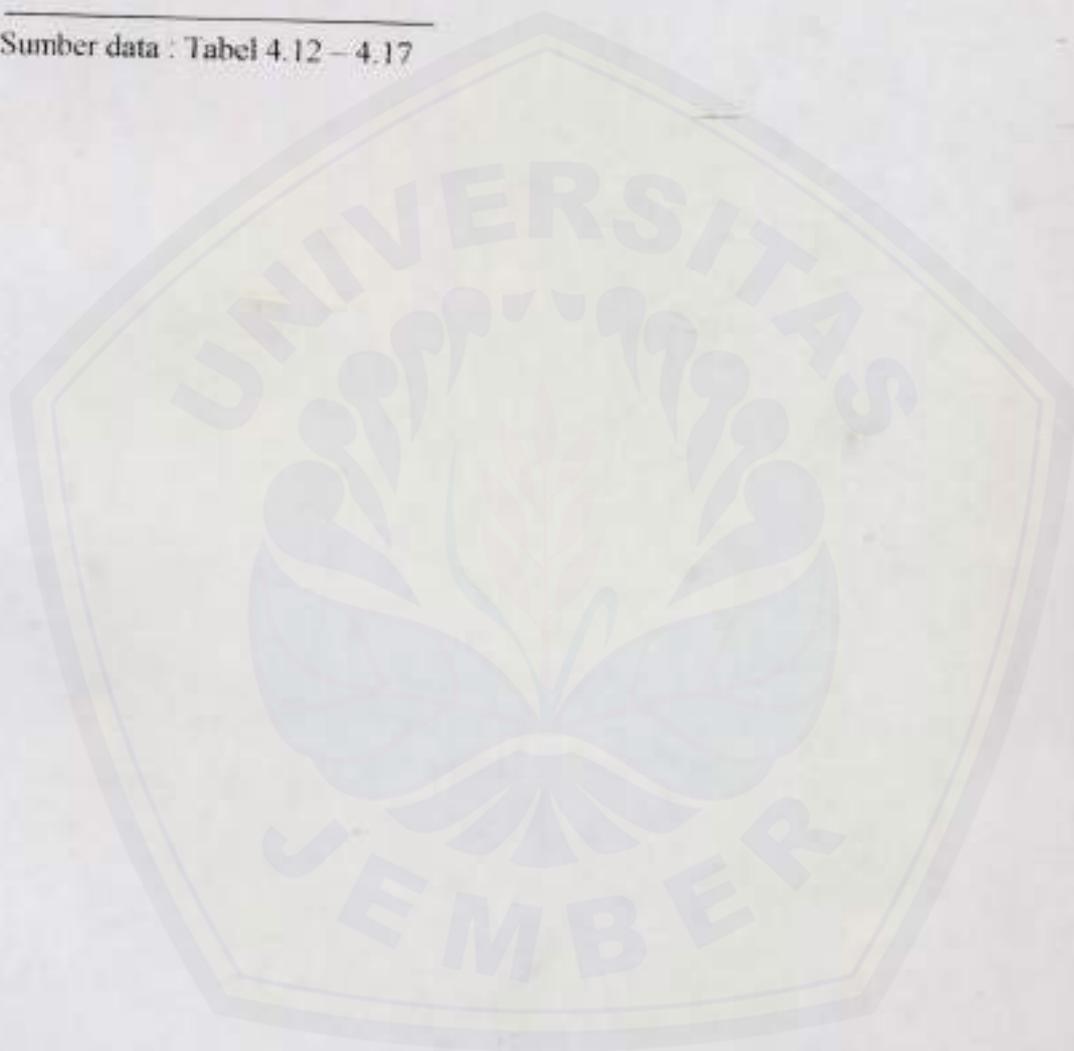
$$\begin{aligned} \text{Penjualan kredit perhari} &= \frac{1.605.554.880.000}{365} \\ &= 4.398.780.500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Piutang} &= 4.398.780.500 \times 71 \text{ hari} \\ &= 311.169.732.600 \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Penjualan kredit perhari} &= \frac{2.196.681.600.000}{365} \\ &= 6.018.305.753 \\ \text{-Tingkat Piutang} &= 6.018.305.753 \times 76 \text{ hari} \\ &= 457.631.969.500 \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 4.12 – 4.17



Lampiran 4

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan tingkat investasi dalam piutang tahun 1998– 2002

Rumus :

$$\text{Tingkat investasi dalam piutang} = \text{Tingkat piutang} \times (1 - \text{Profit Margin})$$

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Profit Margin} &= \frac{141.489.039.000}{806.956.000.000} \times 100\% \\ &= 17,53\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat investasi dalam piutang} &= 121.538.219.200 \times (1 - 17,53\%) \\ &= 100.232.569.400 \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Profit Margin} &= \frac{158.727.198.000}{1.244.921.096.000} \times 100\% \\ &= 12,75\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat investasi dalam piutang} &= 183.490.633.200 \times (1 - 12,75\%) \\ &= 160.095.577.500 \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Profit Margin} &= \frac{171.614.048.000}{1.517.337.657.000} \times 100\% \\ &= 11,30\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat investasi dalam piutang} &= 244.206.253.500 \times (1 - 11,30\%) \\ &= 216.610.946.900 \end{aligned}$$

Tahun 2001

$$\begin{aligned} \text{Profit Margin} &= \frac{199.504.923.000}{1.871.067.518.000} \times 100\% \\ &= 10,66\% \end{aligned}$$

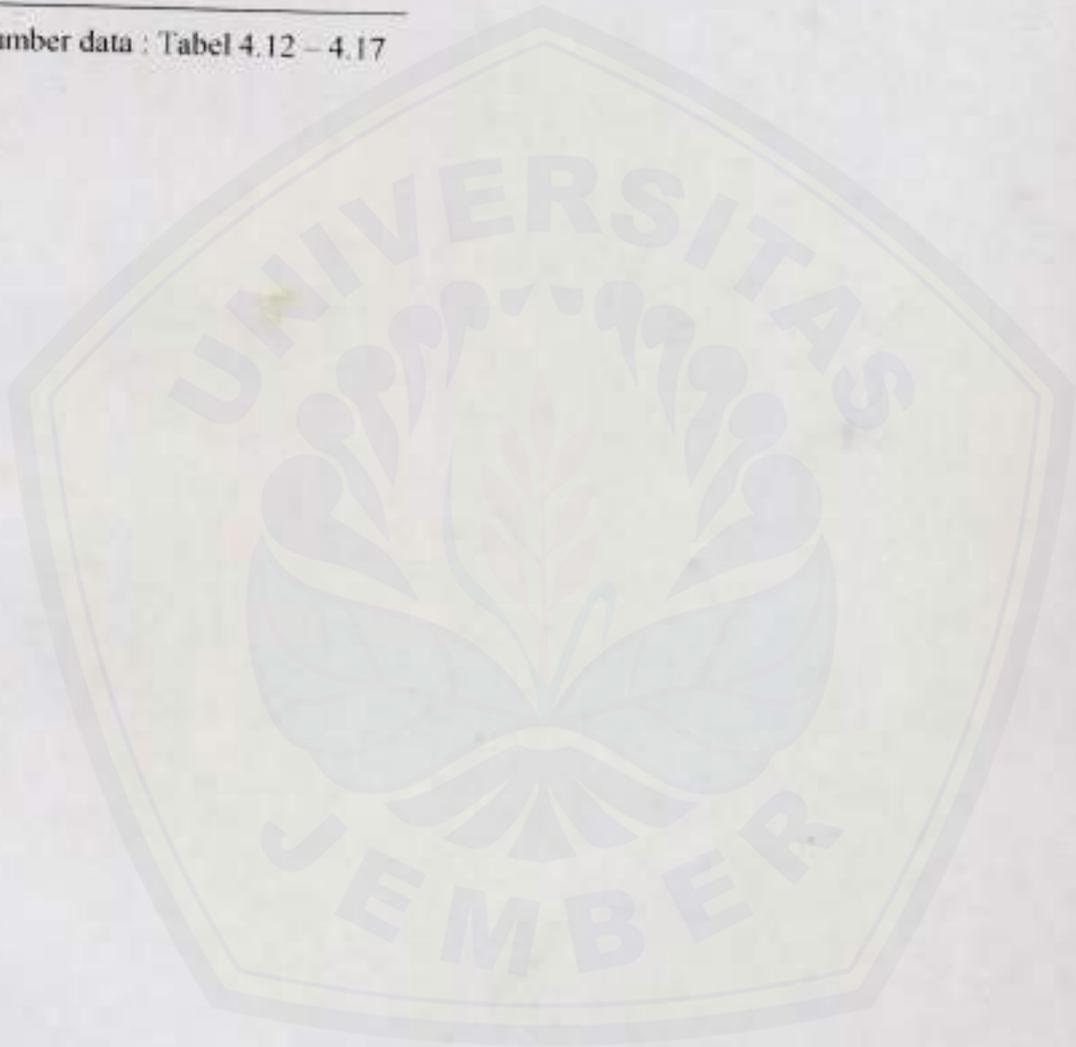
$$\begin{aligned} \text{Tingkat investasi dalam piutang} &= 311.169.732.600 \times (1 - 10,63\%) \\ &= 278.092.390.000 \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\text{Profit Margin} = \frac{248.177.930.000}{2.496.180.384.000} \times 100\% \\ = 9,94\%$$

$$\text{Tingkat investasi dalam piutang} = 457.631.969.500 \times (1 - 9,94\%) \\ = 412.143.351.700$$

Sumber data : Tabel 4.12 – 4.17



Lampiran 5

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan *current ratio*/rasio lancar tahun 1998 – 2002

Rumus :

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Rasio Lancar} &= \frac{651.028.415.000}{370.192.678.000} \times 100\% \\ &= 176\% \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Rasio Lancar} &= \frac{826.095.931.000}{437.979.611.000} \times 100\% \\ &= 188\% \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Rasio Lancar} &= \frac{926.186.064.000}{522.611.921.000} \times 100\% \\ &= 177\% \end{aligned}$$

Tahun 2001

$$\begin{aligned} \text{Rasio Lancar} &= \frac{1.054.556.023.000}{656.498.608.000} \times 100\% \\ &= 160\% \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Rasio Lancar} &= \frac{1.358.783.368.000}{798.972.698.000} \times 100\% \\ &= 170\% \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 4.12 – 4.17

Lampiran 6
PT. Suryajaya Abadiperkasa
Perhitungan quick ratio/rasio cepat tahun 1998 – 2002

Rumus :

$$\text{Rasio cepat} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Rasio cepat} &= \frac{651.028.415.000 - 218.826.580.000}{370.192.678.000} \times 100\% \\ &= 117\% \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Rasio cepat} &= \frac{826.095.931.000 - 273.567.810.000}{437.979.611.000} \times 100\% \\ &= 126\% \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Rasio cepat} &= \frac{926.186.064.000 - 305.307.310.000}{522.611.921.000} \times 100\% \\ &= 118\% \end{aligned}$$

Tahun 2001

$$\begin{aligned} \text{Rasio cepat} &= \frac{1.054.556.023.000 - 325.559.035.000}{656.498.608.000} \times 100\% \\ &= 111\% \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Rasio cepat} &= \frac{1.358.783.368.000 - 401.116.135.000}{798.972.698.000} \times 100\% \\ &= 120\% \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 4.12 – 4.17

Lampiran 7
PT. Suryajaya Abadiperkasa
Perhitungan *cash ratio*/rasio cair tahun 1998 – 2002

Rumus :

$$\text{Rasio Cair} = \frac{\text{Kas + Efek}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Rasio Cair} &= \frac{136.756.630.000 + 115.500.000.000}{370.192.678.000} \times 100\% \\ &= 70\% \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{Rasio Cair} &= \frac{162.710.950.000 + 112.508.000.000}{437.979.611.000} \times 100\% \\ &= 62,84\% \end{aligned}$$

Tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Rasio Cair} &= \frac{128.180.900.000 + 120.300.000.000}{522.611.921.000} \times 100\% \\ &= 47,54\% \end{aligned}$$

Tahun 2001

$$\begin{aligned} \text{Rasio Cair} &= \frac{142.450.850.000 + 127.450.000.000}{656.498.608.000} \times 100\% \\ &= 41\% \end{aligned}$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Rasio Cair} &= \frac{135.640.350.000 + 137.350.000.000}{798.972.698.000} \times 100\% \\ &= 34\% \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 4.12 – 4.17

Lampiran 8

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan volume penjualan jamur kemasan 4 OZ tahun 2003

| Tahun | Volume penjualan (Y) | X | X ² | XY |
|--------|----------------------|----|----------------|------------|
| 1998 | 715.500 | -2 | 4 | -1.431.000 |
| 1999 | 850.800 | -1 | 1 | -850.000 |
| 2000 | 950.200 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 1.050.000 | 1 | 1 | 1.050.000 |
| 2002 | 1.250.500 | 2 | 4 | 2.501.000 |
| Jumlah | 4.817.000 | | 10 | 1.270.000 |

Sumber data : Tabel 4.10

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{4.817.000}{5} = 963.400$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1.270.000}{10} = 127.000$$

Ramalan volume penjualan jamur kemasan 4 OZ tahun 2003

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 &= 963.400 + 127.000 (3) \\
 &= 963.400 + 381.000 \\
 &= 1.344.400
 \end{aligned}$$

Lampiran 9

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan volume penjualan jamur kemasan 8OZ tahun 2003

| Tahun | Volume penjualan (Y) | X | X ² | XY |
|--------|----------------------|----|----------------|------------|
| 1998 | 750.200 | -2 | 4 | -1.500.400 |
| 1999 | 850.800 | -1 | 1 | -850.800 |
| 2000 | 950.700 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 1.060.200 | 1 | 1 | 1.060.200 |
| 2002 | 1.100.000 | 2 | 4 | 2.201.200 |
| Jumlah | 4.712.500 | | 10 | 910.200 |

Sumber data: Tabel 4.10

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{4.712.500}{5} = 942.500$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{910.020}{10} = 91.020$$

Ramalan volume penjualan jamur kemasan 8 OZ tahun 2003

$$Y = a + bX$$

$$= 942.500 + 91.020 (3)$$

$$= 942.500 + 273.060$$

$$= 1.215.560$$

Lampiran 10

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan volume penjualan jamur kemasan 16 OZ tahun 2003

| Tahun | Volume penjualan (Y) | X | X ² | XY |
|--------|----------------------|----|----------------|-----------|
| 1998 | 360.800 | -2 | 4 | -721.600 |
| 1999 | 480.500 | -1 | 1 | -480.500 |
| 2000 | 560.700 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 750.800 | 1 | 1 | 750.800 |
| 2002 | 810.200 | 2 | 4 | 1.620.400 |
| Jumlah | 2.963.000 | | 10 | 1.169.100 |

Sumber data: Tabel. 4.10

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{2.963.000}{5} = 592.600$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1.169.100}{10} = 116.910$$

Ramalan volume penjualan jamur kemasan 16 OZ tahun 2003

$$Y = a + bX$$

$$= 592.600 + 116.910 (3)$$

$$= 592.600 + 350.730$$

$$= 943.330$$

Lampiran 11

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan volume penjualan Babycorn kemasan 8 OZ

tahun 2003

| Tahun | Volume penjualan (Y) | X | X ² | XY |
|--------|----------------------|----|----------------|-----------|
| 1998 | 350.700 | -2 | 4 | -701.400 |
| 1999 | 450.100 | -1 | 1 | -450.100 |
| 2000 | 500.800 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 600.800 | 1 | 1 | 600.800 |
| 2002 | 700.500 | 2 | 4 | 1.401.000 |
| Jumlah | 2.602.900 | | 10 | 850.300 |

Sumber data: 4.11

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{2.602.900}{5} = 520.580$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{850.300}{10} = 85.030$$

Ramalan volume penjualan babycorn kemasan 8 OZ tahun 2003

$$Y = a + bX$$

$$= 520.580 + 85.030 (3)$$

$$= 520.580 + 255.090$$

$$= 775.670$$

Lampiran 12

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan volume penjualan Babycorn kemasan 16 OZ tahun 2003

| Tahun | Volume penjualan (Y) | X | X ² | XY |
|--------|----------------------|----|----------------|------------|
| 1998 | 500.800 | -2 | 4 | -1.001.600 |
| 1999 | 680.500 | -1 | 1 | -680.500 |
| 2000 | 700.750 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 850.900 | 1 | 1 | 850.900 |
| 2002 | 950.500 | 2 | 4 | 1.901.000 |
| Jumlah | 3.683.450 | | 10 | 1.069.800 |

Sumber data: Tabel. 4.11

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{3.683.450}{5} = 736.690$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1.069.800}{10} = 106.980$$

Ramalan volume penjualan babycorn kemasan 16 OZ tahun 2003

$$Y = a + bX$$

$$= 736.690 + 106.980 (3)$$

$$= 736.690 + 320.940$$

$$= 1.057.630$$

Lampiran 13

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan harga jual jamur kemasan 4 OZ tahun 2003

| Tahun | Harga Jual | X_i | Log X_i |
|--------|------------|---------|-----------|
| 1998 | 192.000 | | |
| 1999 | 216.000 | 112,500 | 2,0511 |
| 2000 | 240.000 | 111,111 | 2,0457 |
| 2001 | 264.000 | 110,000 | 2,0413 |
| 2002 | 384.000 | 145,454 | 2,1627 |
| Jumlah | | | 8,3008 |

Sumber data : Tabel 4.8

$$LogGM = \frac{\sum_{i=1}^n LogXi}{n}$$

$$LogGM = \frac{8,3008}{4}$$

$$= 2,0752$$

$$= 113,625\%$$

Peramalan harga jual jamur kemasan 4 OZ tahun 2003

$$= 384.000 \times 113,625\%$$

$$= 545.400$$

Lampiran 14

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan harga jual jamur kemasan 8 OZ tahun 2003

| Tahun | Harga Jual | X_i | $\text{Log } X_i$ |
|--------|------------|---------|-------------------|
| 1998 | 336.000 | - | - |
| 1999 | 360.000 | 107,142 | 2,0299 |
| 2000 | 384.000 | 106,666 | 2,0280 |
| 2001 | 432.000 | 112,500 | 2,0514 |
| 2002 | 480.000 | 111,111 | 2,0457 |
| Jumlah | | | 8,1550 |

Sumber data : Tabel. 4.8

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log} X_i}{n}$$

$$\text{LogGM} = \frac{8,1550}{4}$$

$$= 2,03875$$

$$= 109,332\%$$

Peramalan harga jual jamur kemasan 8 OZ tahun 2003

$$= 480.000 \times 109,332\%$$

$$= 524.700$$

Lampiran 15

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan harga jual jamur kemasan 16 OZ tahun 2003

| Tahun | Harga Jual | X_i | $\text{Log } X_i$ |
|--------|------------|---------|-------------------|
| 1998 | 600.000 | | |
| 1999 | 648.000 | 108,000 | 2,0334 |
| 2000 | 720.000 | 111,111 | 2,0457 |
| 2001 | 744.000 | 103,323 | 2,0142 |
| 2002 | 768.000 | 103,225 | 2,0137 |
| Jumlah | | | 8,1070 |

Sumber data : Tabel 4.8

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log } X_i}{n}$$

$$\text{LogGM} = \frac{8,1070}{4}$$

$$= 2,02675$$

$$= 106,354\%$$

peramalan harga jual jamur kemasan 18 OZ tahun 2003

$$= 768.000 \times 106,354\%$$

$$= 816.800$$

Lampiran 16

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan harga jual Babycorn kemasan 8 OZ tahun 2003

| Tahun | Harga Jual | X_i | Log X_i |
|--------|------------|---------|-----------|
| 1998 | 144.000 | | |
| 1999 | 168.000 | | |
| 2000 | 192.000 | 116,666 | 2,0669 |
| 2001 | 216.000 | 114,285 | 2,0579 |
| 2002 | 252.000 | 112,500 | 2,0511 |
| | | 116,666 | 2,0669 |
| Jumlah | | | 8,2428 |

Sumber data : Tabel 4.9

$$LoqGM = \frac{\sum_{i=1}^n LoqXi}{n}$$

$$LoqGM = \frac{8,2428}{4}$$

$$= 2,0607$$

$$= 115,000\%$$

Peramalan harga jual babycorn kemasan 8 OZ tahun 2003

$$= 25.000 \times 115,000\%$$

$$= 289.800$$

Lampiran 17

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan harga jual Babycorn kemasan 16 OZ tahun 2003

| Tahun | Harga Jual | X_i | $\text{Log } X_i$ |
|--------|------------|---------|-------------------|
| 1998 | 288.000 | | |
| 1999 | 312.000 | 108,333 | 2,0347 |
| 2000 | 336.000 | 107,692 | 2,0321 |
| 2001 | 360.000 | 107,142 | 2,0299 |
| 2002 | 480.000 | 133,333 | 2,1249 |
| Jumlah | | | 8,2216 |

Sumber Data : Tabel 4.9

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log} X_i}{n}$$

$$\text{LogGM} = \frac{8,2216}{4}$$

$$= 2,0554$$

$$= 113,605\%$$

Peramalan harga jual babycorn kemasan 16 OZ tahun 2003

$$= 480.000 \times 113,605\%$$

$$= 545.400$$

Lampiran 18
 PT. Suryajaya Abadiperkasa
 Perhitungan ramalan pendapatan rupa-rupa tahun 2003

| Tahun | pendapatan rupa-rupa | X_i | $\text{Log } X_i$ |
|--------|----------------------|---------|-------------------|
| 1998 | 29.450.000.000 | | |
| 1999 | 32.625.000.000 | 110,780 | 2,0444 |
| 2000 | 41.540.000.000 | 127,325 | 2,1049 |
| 2001 | 43.560.000.000 | 104,862 | 2,0206 |
| 2002 | 44.374.000.000 | 101,851 | 2,0080 |
| Jumlah | | | 8,1779 |

Sumber Data : Tabel. 4.12

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log } X_i}{n}$$

$$\text{LogGM} = \frac{8,1779}{4}$$

$$= 2,044475$$

$$= 110,783\%$$

Peramalan pendapatan rupa-rupa tahun 2003

$$= 44.374.000.000 \times 110,783\%$$

$$= 49.160.000.000$$

Lampiran 19
 PT. Suryajaya Abadiperkasa
 Perhitungan ramalan beban rupa-rupa tahun 2003

| Tahun | Beban rupa-rupa | X_i | $\text{Log } X_i$ |
|--------|-----------------|---------|-------------------|
| 1998 | 78.000.000 | | |
| 1999 | 80.400.000 | 113,076 | 2,0134 |
| 2000 | 84.600.000 | 105,233 | 2,0221 |
| 2001 | 85.800.000 | 101,418 | 2,0061 |
| 2002 | 86.400.000 | 100,699 | 2,0030 |
| Jumlah | | | 8,0443 |

Sumber Data : Tabel. 4.12

$$\text{LogGM} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Log} X_i}{n}$$

$$\text{LogGM} = \frac{8,0443}{4}$$

$$= 2,011075$$

$$= 112,582\%$$

Peramalan beban rupa-rupa tahun 2003

$$= 86.400.000 \times 112,582\%$$

$$= 88.631.000$$

Lampiran 20
 PT. Suryajaya Abadiperkasa
 Peramalan tingkat current ratio tahun 2003

| Tahun | Current ratio (Y) | X | X ² | XY |
|--------|-------------------|----|----------------|-------|
| 1998 | 1,76 | -2 | 4 | -3,52 |
| 1999 | 1,88 | -1 | 1 | -1,88 |
| 2000 | 1,77 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 1,60 | 1 | 1 | 1,60 |
| 2002 | 1,70 | 2 | 4 | 3,40 |
| Jumlah | 8,71 | | 10 | -0,40 |

Sumber data : tabel. 4.25

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{8,71}{5} = 1,742$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{-0,4}{10} = -0,04$$

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 &= 1,742 - 0,04(3) \\
 &= 1,742 - 0,12 \\
 &= 1,62
 \end{aligned}$$

Lampiran 21

PT. Surya Jaya Abadiperkasa

Perhitungan tingkat bunga kredit tahun 2003

Rumus :

$$\frac{r}{365} = \left(\frac{1}{1-i} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

1. Syarat kredit 1/10 net 60

$$(1 - 0,01) \left(1 + \frac{r}{365} \right)^{30} = 1$$

$$\left(1 + \frac{r}{365} \right)^{30} = 1/0,99$$

$$\frac{r}{365} = (1/0,99)^{1/30} - 1$$

$$r = 365(1/0,99)^{1/30} - 360$$

$$r = 7,34\%$$

2. Syarat kredit 1/15 net 60

$$r = 365(1/0,99)^{1/45} - 360$$

$$r = 8,07\%$$

3. Syarat kredit 1/20 net 60

$$r = 365(1/0,99)^{1/60} - 360$$

$$r = 9,17\%$$

4. Syarat kredit 1/25 net 60

$$r = 365(1/0,99)^{1/75} - 360$$

$$r = 10,27\%$$

5. Syarat kredit 1/30 net 60

$$r = 365(1/0,99)^{1/90} - 360$$

$$r = 12,10\%$$

6. Syarat kredit 2/10 net 60

$$r = 365(1/0,98)^{30} - 360$$

$$r = 14,75\%$$

7. Syarat kredit 2/15 net 60

$$r = 365(1/0,98)^{45} - 360$$

$$r = 16,22\%$$

8. Syarat kredit 2/20 net 60

$$r = 365(1/0,98)^{60} - 360$$

$$r = 18,44\%$$

9. Syarat kredit 2/25 net 60

$$r = 365(1/0,98)^{75} - 360$$

$$r = 20,65\%$$

10. Syarat kredit 2/30 net 60

$$r = 365(1/0,98)^{90} - 360$$

$$r = 24,34\%$$

11. Syarat kredit 3/10 net 60

$$r = 365(1/0,97)^{30} - 360$$

$$r = 22,24\%$$

12. Syarat kredit 3/15 net 60

$$r = 365(1/0,97)^{45} - 360$$

$$r = 24,46\%$$

13. Syarat kredit 3/20 net 60

$$r = 365(1/0,97)^{60} - 360$$

$$r = 27,80\%$$

14. Syarat kredit 3/25 net 60

$$r = 365(1/0,97)^{75} - 360$$

$$r = 31,14\%$$

15. Syarat kredit 3/30 net 60

$$r = 365(1/0,97)^{30} - 360$$

$$r = 36,70\%$$

Sumber Data: Tabel 4.30



Lampiran 22

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan NPV tahun 2003

Rumus :

$$NPV = P_1 \times (1 - \delta) \times S_2 \times \left(1 + \frac{k}{365}\right)^{-M} + P_2 \times S_2 \left(\frac{k}{365}\right)^{-N} + P_2 \times (1 + \delta) \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-O} - P_1 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-T}$$

1. Syarat kredit 2/20 net 60

$$\begin{aligned} NPV &= 70\% \times (1 - 0,02) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-20} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-40} \\ &\quad 10\% \times (1 + 0,02) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-55} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75} \\ &= 1.557.019.759.000 + 449.487.485.200 + 227.549.550.000 - 2.084.230.375.000 \\ &= 149.826.419.200 \end{aligned}$$

2. Syarat kredit 2/25 net 60

$$\begin{aligned} NPV &= 70\% \times (1 - 0,02) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-25} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-35} \\ &\quad 10\% \times (1 + 0,02) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-50} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75} \\ &= 1.553.186.203.000 + 450.596.904.900 + 228.111.185.100 - 2.084.230.375.000 \\ &= 147.663.918.000 \end{aligned}$$

3. Syarat kredit 2/30 net 60

$$\begin{aligned} NPV &= 70\% \times (1 - 0,02) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-30} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-40} \\ &\quad 10\% \times (1 + 0,02) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-50} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75} \\ &= 1.549.362.086.000 + 451.709.062.800 + 229.238.617.400 - 2.084.230.375.000 \\ &= 146.079.391.200 \end{aligned}$$

4. Syarat kredit 3/10 net 60

$$\begin{aligned} NPV &= 70\% \times (1 - 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-10} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-50} \\ &\quad 10\% \times (1 + 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-65} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75} \end{aligned}$$

$$= 1.548.748.797.000 + 447.276.833.600 + 228.650.331.000 - 2.084.230.375.000$$

$$= 140.445.586.600$$

5. Syarat kredit 3/15 net 60

$$NPV = 70\% \times (1 - 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-15} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-45}$$

$$10\% \times (1 + 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-60} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75}$$

$$= 1.554.935.605.000 + 448.380.797.000 + 229.214.683.000 - 2.084.230.375.000$$

$$= 138.300.710.000$$

6. Syarat kredit 3/20 net 60

$$NPV = 70\% \times (1 - 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-20} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-40}$$

$$10\% \times (1 + 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-60} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75}$$

$$= 1.541.131.802.000 + 449.487.485.200 + 229.780.428.000 - 2.084.230.375.000$$

$$= 136.169.340.200$$

7. Syarat kredit 3/25 net 60

$$NPV = 70\% \times (1 - 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-25} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-35}$$

$$10\% \times (1 + 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-60} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75}$$

$$= 1.537.337.364.000 + 450.595.904.900 + 230.347.569.300 - 2.084.375.000$$

$$= 134.050.463.200$$

8. Syarat kredit 3/30 net 60

$$NPV = 70\% \times (1 - 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-30} + 20\% \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-30}$$

$$10\% \times (1 + 0,03) \times 2.292.199.468.800 \times \left(1 + \frac{18\%}{365}\right)^{-45} - 2.162.741.968.000 \times \left(\frac{k}{365}\right)^{-75}$$

$$= 1.533.552.268.000 + 451.709.062.800 + 230.916.110.500 - 2.084.230.375.000$$

$$= 131.947.066.300$$

Lampiran 23

PT. Suryajaya Abadiperkasa

Perhitungan ramalan persentase variabel biaya terhadap penjualan kredit tahun 2003

| Tahun | Variabel biaya | Penjualan kredit | Y (2:3) | X | X ² | YX |
|--------|----------------------|----------------------|------------|----|----------------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1998 | 190.120.500.000,00 | 633.735.000.000,00 | 30% | -2 | 4 | -60% |
| 1999 | 403.701.513.600,00 | 1.009.253.784.000,00 | 40% | -1 | 1 | -40% |
| 2000 | 565.978.233.600,00 | 1.257.729.408.000,00 | 45% | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 963.332.928.000,00 | 1.605.554.880.000,00 | 60% | 1 | 1 | 60% |
| 2002 | 1.427.843.040.000,00 | 2.196.681.600.000,00 | 65% | 2 | 4 | 130% |
| Jumlah | | | 240% | 0 | 10 | 90% |

Sumber data : PT. Suryajaya Abadiperkasa

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{240\%}{5} = 48\%$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{90\%}{10} = 9\%$$

Ramalan ramalan persentase variabel biaya terhadap penjualan kredit tahun 2003

$$Y = a + bX$$

$$= 48\% + 9\% \cdot (3)$$

$$= 48\% + 27\%$$

$$= 75\%$$

Lampiran 24
PT. Suryajaya Abadiperkasa
Perhitungan *Return on Investment*

Rumus:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

Tahun 2002

$$\begin{aligned} \text{Return on Investment} &= \frac{87.579.175.000}{3.440.057.519.000} \times 100\% \\ &= 2,54\% \end{aligned}$$

Tahun 2003

Sesudah kebijaksanaan penjualan kredit baru

$$\begin{aligned} \text{Return on Investment} &= \frac{95.254.506.500}{3.152.132.119.400} \times 100\% \\ &= 3,02\% \end{aligned}$$

Sumber Data: Tabel 4.12, tabel 4.17, tabel 4.33 dan tabel 4.36

