

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak terjadinya krisis moneter pada pertengahan tahun 1997, pemerintah Indonesia terus berupaya untuk memulihkan kondisi perekonomian di Indonesia. Salah satu dampak yang ditimbulkan akibat krisis moneter adalah menurunnya kemampuan daya beli masyarakat terhadap barang-barang produksi. Hal ini disebabkan karena harga barang-barang naik secara drastis sementara pendapatan masyarakatnya relatif rendah dan tidak berubah.

Perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia bersaing secara ketat untuk menarik konsumen agar membeli produknya. Dengan adanya persaingan tersebut menuntut setiap perusahaan agar dapat melakukan setiap tahapan kegiatan secara cermat dan sistematis sehingga apa yang telah direncanakan pada tahap awal kegiatan produksi dapat tercapai dan memperoleh keuntungan yang maksimum. Setiap perusahaan harus mampu menganalisis masalah yang terjadi, baik masalah intern maupun masalah ekstern sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat bagi perusahaan.

Untuk menghadapi kondisi persaingan dan penurunan daya beli masyarakat tersebut, perusahaan harus mampu menerapkan strategi penjualan yang tepat dan baik agar barang-barang yang diproduksi dapat dibeli oleh masyarakat. Salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan produknya adalah

memberikan kredit selain penjualan tunai. Kebijakan penjualan secara kredit adalah suatu kebijakan dalam penjualan barang di mana pembeli menerima barang terlebih dahulu dari penjualnya dan pembayarannya dilakukan di kemudian hari pada waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yaitu produsen dan konsumen.

Dengan adanya penjualan kredit maka timbulah piutang dagang bagi perusahaan atau penjual yang melakukan penjualan secara kredit tersebut. Dengan adanya pemberian kredit tersebut diharapkan masyarakat yang mempunyai uang tunai yang cukup tetap dapat membeli barang. Sebagai akibat dari penjualan kredit tersebut perusahaan tidak menerima pemasukan kas saat barang dijual. Pemasukan tersebut terjadi apabila pembeli membayar utangnya kepada perusahaan yang memberikan kredit sesuai waktu yang telah ditentukan. Uang yang dibayar tersebut baru akan menjadi kas bagi perusahaan dan uang tersebut dapat digunakan kembali untuk memproduksi barang-barang.

Penjualan secara kredit juga terdapat masalah yang harus dihadapi oleh perusahaan yaitu adanya piutang tak tertagih. Piutang tak tertagih adalah masyarakat yang membeli barang secara kredit dan tidak dapat membayar utangnya. Hal ini bisa disebabkan oleh masyarakat telat membayar utangnya atau bahkan perusahaannya mengalami kebangkrutan sehingga tidak mempunyai uang untuk membayar utangnya. Karena adanya resiko dalam piutang dagang maka perusahaan harus mengelola piutang dagang yang baik sehingga dapat meminimalisasi kerugian akibat dari piutang tak tertagih.

Penjualan secara kredit ini merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena merupakan biaya bagi perusahaan dan juga merupakan investasi jangka pendek. Hal yang diperhatikan dalam memberikan penjualan secara kredit adalah dengan memperhatikan cost dan benefit perusahaan.

Walaupun menjual produk secara kredit mengandung risiko, tetapi untuk dapat bertahan dalam persaingan penjualan kredit harus tetap dijalankan. Pada kenyataannya saat ini sudah jarang pihak-pihak baik perusahaan sebagai penjual produk maupun konsumen sebagai pembeli dan pengguna produk yang mau membeli suatu produk secara tunai, apalagi jika membelinya dengan jumlah yang cukup besar. Bahkan pembayarannya pun terkadang dilunasi dengan mengangsur beberapa kali.

Penjualan secara kredit yang dilakukan oleh perusahaan merupakan langkah yang sangat tepat jika manager keuangannya dapat membuat piutang tersebut tidak menjadi piutang yang tak tertagih sehingga uang tersebut dapat menjadi kas perusahaan yang dapat digunakan untuk memproduksi barang-barang yang akan dijual kembali. Karena penjualan secara kredit tersebut merupakan hal yang sangat menarik bagi penulis, maka penulis dalam menyusun skripsi ini mengambil judul **“Peranan Manajemen Piutang dalam Meningkatkan Penjualan dan Keuntungan yang diperoleh PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan tujuan untuk mendapat pembahasan yang mendalam maka ditetapkan identifikasi masalah agar pihak yang membaca hasil penelitian ini dapat mengerti sepenuhnya masalah yang dimaksud. Persaingan yang dihadapi oleh perusahaan mendorong perusahaan-perusahaan untuk melakukan strategi penjualan yang baik dan tepat salah satunya adalah dengan melakukan penjualan secara kredit. Penjualan secara kredit pada umumnya dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan jika tidak terjadi masalah piutang tak tertagih. Tetapi dengan adanya penjualan kredit akan mengakibatkan perusahaan mengalami keterlambatan penerimaan uang kas yang sebenarnya diperlukan untuk membiayai kegiatan operasi dan beban-beban lainnya. Dengan adanya keuntungan dan kerugian yang dihadapi dalam penjualan kredit maka diperlukan manajemen piutang yang baik.

Selain keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan adanya penjualan secara kredit, konsumen sebagai pembeli dan pemakai produk juga merasakan keuntungannya. Keuntungan yang dirasakan seperti konsumen dapat menikmati barang atau produk tersebut dan dapat membayarnya sesuai waktu yang telah ditetapkan atau pada saat jatuh tempo.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti ingin mengetahui dan memahami lebih lanjut secara mendalam seberapa besar pengaruh penjualan kredit terhadap tingkat penjualan dan keuntungan yang diperoleh di PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. Permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana Manajemen Piutang Dagang di PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk?
2. Bagaimana Kebijakan pemberian kredit yang diterapkan oleh PT Ultrajaya Milk?
3. Bagaimana prosedur penagihan piutang dagang di PT Ultrajaya Milk Tbk?
4. Bagaimana tingkat rata-rata periode penagihan piutang dagang di PT Ultrajaya Milk Tbk?
5. Bagaimana pengaruh kebijakan kredit terhadap profitabilitas PT Ultrajaya Milk Tbk?
6. Bagaimana peranan Manajemen piutang dalam meningkatkan penjualan dan profitabilitas PT Ultrajaya Milk Tbk?

Adapun data-data yang diperlukan dalam menyusun skripsi ini adalah :

1. Laporan keuangan dari tahun 2003-2005
2. Prospektus Perusahaan
3. Perkiraan bad debt perusahaan tahun 2006, penjualan perusahaan tahun 2006, dan rata-rata penagihan piutang pada tahun 2006.
4. Perkiraan persentase biaya variable terhadap penjualan dan persentase biaya tetap terhadap penjualan tahun 2006

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud peneliti adalah mengumpulkan data dan informasi yang relevan terhadap masalah yang diidentifikasi kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan sebagai bahan untuk menyusun skripsi, guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana di Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Meningkatkan pemahaman teori-teori dari manajemen keuangan, khususnya mengenai manajemen piutang dalam usahanya meningkatkan tingkat penjualan
2. Mengetahui seberapa besar penjualan kredit yang dilakukan oleh PT. Ultra Jaya Milk Tbk dapat berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan.
3. Mengetahui berapa besar piutang tak tertagih yang dialami oleh PT. Ultra Jaya Milk Tbk pada tahun 2003-2005.
4. Mengetahui bagaimana alur dan kebijakan dalam pemberian kredit yang dilakukan oleh PT. Ultra Jaya Milk Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan data dan informasi yang diperoleh dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Penulis

Sebagai bagian proses belajar, sehingga penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan pemikiran penulis dalam teori maupun praktiknya, khususnya mengenai manajemen piutang terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat membantu perusahaan dalam menganalisis laporan keuangan tahun 2003-2005 sehingga dapat mengetahui permasalahan apa yang terjadi pada tahun 2003-2005. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan atau melakukan perbaikan di masa mendatang dan dapat menjadi tolak ukur seberapa jauh keberhasilan perusahaan dalam mengelola piutang.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti lain yang berkepentingan sebagai dasar pertimbangan dan pengkajian untuk melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya mengenai Manajemen Piutang terhadap tingkat penjualan dan keuntungan yang diperoleh.

1.5 Kerangka Pemikiran

Piutang timbul karena adanya transaksi penjualan secara kredit oleh perusahaan kepada para pelanggan (Syamsuddin, 2004:255). Untuk dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik pelanggan

baru, perusahaan pada umumnya melakukan penjualan secara kredit (credit term). Setiap penjualan kredit, perusahaan mengeluarkan syarat-syarat yang harus ditaati oleh konsumen yang ingin melakukan pembelian secara kredit. Syarat-syarat yang diajukan oleh perusahaan akan berbeda dengan syarat-syarat yang diajukan oleh perusahaan lain. Tetapi tentu saja dalam hal ini masih terdapat pengecualian karena sering kali supplier memberikan persyaratan kredit yang lunak kepada pelanggan tertentu baik dalam rangka membantu pelanggan tersebut maupun untuk menarik agar mau menjadi langganan tetap perusahaan.

Dengan melakukan penjualan kredit diharapkan volume penjualan perusahaan dapat meningkat sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Tetapi didalam memberikan kredit perusahaan perlu mempertimbangkan apakah tambahan pendapatan dari penjualan kredit lebih besar atau lebih kecil jika dibandingkan dengan tambahan biaya yang ditimbulkannya seperti biaya piutang ragu-ragu (bad debt expense), biaya penagihan, biaya pemeriksaan, dan biaya peluang (opportunity cost). Perusahaan perlu memperhatikan resiko-resiko yang dihadapi dalam penjualan kredit, seperti keterlambatan pelunasan oleh pelanggan, bahkan timbulnya piutang tak tertagih.

Ada tiga aspek penting piutang sehubungan dengan jumlah uang yang tertanam dalam perkiraan tersebut. Aspek-aspek tersebut adalah

1. kebijakan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut.

Perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan tetapi juga penerapan standar tersebut secara tepat dalam membuat keputusan-keputusan kredit. Sumber-sumber informasi dan analisis-analisis kredit merupakan suatu hal yang penting bagi keberhasilan manajemen piutang perusahaan. Penerapan yang tepat dari kebijaksanaan maka akan memberikan hasil yang optimum.

2. persyaratan-persyaratan kredit atau credit terms merupakan pembayaran yang disyaratkan kepada para pelanggan yang membeli secara kredit. Persyaratan kredit atau credit term meliputi tiga hal, yaitu :

- potongan tunai atau cash discount

dengan adanya potongan tunai maka rata-rata pengumpulan piutang diharapkan akan menurun karena pembeli 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 pun akan berkurang. Kerugian piutang pun akan berkurang karena banyaknya langganan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka probabilitas dari kerugian piutang tersebut akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

- Periode potongan tunai

Ada 2 faktor yang mempengaruhi rata-rata pengumpulan piutang, yaitu periode potongan tunai yang diperpanjang dan periode potongan tunai yang diperpendek menurut (Sundjaja dan Barlian, 2003:285-287).

Apabila periode potongan tunai diperpanjang maka:

- ✓ Volume penjualan akan meningkat dan pengaruhnya terhadap laba positif.
- ✓ Investasi pada piutang dagang yang tetap mendapat diskon tetapi pembayarannya terlambat akan meningkat, tetapi pengaruhnya terhadap laba negatif.
- ✓ Investasi pada piutang dagang untuk pelanggan baru meningkat, tetapi pengaruhnya terhadap laba meningkat.
- ✓ Biaya piutang ragu-ragu meningkat, tetapi pengaruhnya terhadap laba negatif.
- ✓ Laba per-unit menurun, sehingga secara keseluruhan pengaruh terhadap laba perusahaan negatif.

Dan bila periode potongan tunai diperpendek maka:

- ✓ Volume penjualan akan menurun sehingga laba yang diperoleh perusahaan juga akan menurun karena walaupun mendapat potongan tunai tetapi jangka waktu pembayarannya lebih pendek.
- ✓ Keterlambatan dalam pembayaran piutang akan menurun, sehingga pengaruhnya terhadap laba akan meningkat.

- ✓ Laba per-unit akan meningkat sehingga secara keseluruhan pengaruh terhadap laba perusahaan positif.
- ✓ Biaya piutang ragu-ragu menurun, sehingga pengaruhnya terhadap laba perusahaan positif.

- Periode kredit

Jika terjadi perubahan dalam periode kredit maka akan berpengaruh pada profitabilitas perusahaan. Hal ini terjadi jika perusahaan memperpanjang periode kredit yang diberikan.

3. kebijakan pengumpulan piutang adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam pengumpulan piutang-piutangnya bilamana sudah jatuh tempo.

Manajemen piutang dagang merupakan cara bagaimana suatu perusahaan mengelola piutangnya agar di dalam memberikan piutang tidak mengganggu kelancaran arus kas perusahaan. Apabila arus kas terganggu maka mengakibatkan terganggunya seluruh aktifitas perusahaan. Misalnya terjadi piutang tak tertagih atau keterlambatan pembayaran maka perusahaan tidak mempunyai dana untuk melakukan kegiatan operasi.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode Deskriptif adalah melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Tujuannya adalah

- Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
- Membuat perbandingan atau evaluasi.
- Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan alat pengumpulan data yaitu pedoman wawancara dan menggunakan statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud mengambil kesimpulan. Yang termasuk data deskriptif adalah penyajian data dalam table, grafik, diagram lingkaran, dan lain-lain.

1.7 Lokasi

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Ultra Jaya Milk Tbk di Jln. Raya Cimareme 131 Padalarang - 40552 Bandung. Sedangkan waktu

yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dimulai pada bulan September 2006 sampai dengan Desember 2006.

1.8 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN.

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori-teori, baik teori dasar maupun teori pendukung yang dapat digunakan sebagai dasar pemikiran dan pemecahan masalah.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang uraian data umum perusahaan.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisi cara pengumpulan data, juga menjelaskan proses Pengolahan data dan penyajiannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada dan saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini.