

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif dan kompleks menyebabkan semua perusahaan yang bergerak di bidang produk dan jasa harus dapat meningkatkan pelayanannya dalam bentuk kualitas, harga maupun bentuk pelayanan lainnya, sehingga dapat memenuhi kepuasan para pelanggan. Persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan skala usahanya dengan menerapkan strategi yang tepat, baik dalam bidang keuangan, operasional, pemasaran maupun sumber daya manusia.

Salah satu strategi yang penting itu adalah dalam bidang keuangan, karena menyangkut kemampuan perusahaan dalam membiayai aktivitasnya dan laba yang diperoleh dari hasil penjualan yang dilakukan.

Semua perusahaan sifatnya terlibat dalam penjualan barang ataupun jasa. Walaupun sebagian penjualan dilakukan secara tunai tapi sebagian besar melibatkan kredit. Alasan perusahaan melakukan penjualan kredit adalah untuk meningkatkan volume penjualan sehingga memperoleh laba. Dengan penjualan kredit bisa merangsang minat beli para pelanggan yang memungkinkan mereka untuk menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang dalam jumlah yang

besar pada saat membeli dan membayarnya di kemudian hari, hal ini akhirnya memberikan dampak pada perluasan pasar dan tingkat penjualan.

Dalam melakukan penjualan secara kredit ini perusahaan harus siap menghadapi resiko yang terjadi, adapun resiko tersebut berupa keterlambatan piutang atau tidak terbayarnya piutang oleh para pelanggan. Semakin besar volume penjualan secara kredit, semakin besar pula piutang dagang perusahaan dan semakin besar pula resiko yang di tanggung oleh perusahaan.

Penjualan secara kredit tidak langsung menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang dagang, dimana piutang dagang itu bisa saja sulit ditagih atau bahkan tidak tertagih karena pelanggan bangkrut atau terlambat membayar, tetapi ketika penjualan kredit tersebut jatuh tempo barulah kas mencair.

Piutang akan berkaitan dengan likuiditas, karena dengan adanya piutang yang lancar maka perusahaan dapat memperoleh uang kas yang dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sedangkan bila piutang tidak lancar, persediaan uang kas akan berkurang dan perusahaan harus menganggarkan uang kasnya untuk piutang ragu-ragu yang tidak terbayar oleh pelanggan. Piutang juga berkaitan dengan rentabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba. Dengan kebijakan kredit, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dapat meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan manajemen piutang yang baik, sehingga perusahaan mampu untuk membayar dan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang berkaitan

dengan likuiditas perusahaan serta perusahaan juga mampu untuk mencetak laba yang maksimal sehingga berkaitan dengan tingkat profitabilitas perusahaan. Apabila likuiditas perusahaan baik, perusahaan tidak akan mengalami kesulitan keuangan dan perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan yang diharapkan serta menghasilkan laba dengan meningkatnya volume penjualan dari perusahaan sehingga tercapai profitabilitas perusahaan yang baik pula.

PT. Toko Gunung Agung Tbk adalah salah satu perusahaan industri di Jakarta yang bergerak dibidang perdagangan eceran buku-buku, alat tulis dan kantor dalam produksinya. PT. Toko Gunung Agung Tbk menghasilkan buku-buku, alat tulis dan perlengkapan kantor yang dijual baik kredit maupun tunai dan untuk meningkatkan penjualannya maka perusahaan perlu mengatur sistem penjualannya.

Mengingat pentingnya manajemen piutang didalam suatu perusahaan, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam sebuah penelitian berjudul “Pengaruh penjualan kredit Terhadap Likuiditas dan Profitabilitas pada PT. Toko Gunung Agung Tbk” .

1.2 Identifikasi Masalah

Kebijakan perusahaan melakukan penjualan kredit untuk meningkatkan volume penjualan produknya dan meningkatkan laba yang diterima, menimbulkan hubungan timbal balik antara laba dan resiko. Oleh karena itu perlu manajemen

piutang yang efektif yang mengelola pemberian kredit sampai penagihannya.

Masalah-masalah yang dibahas dalam skripsi ini adalah :

1. Berapa lama rata-rata jangka waktu pembayaran piutang oleh para pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh penjualan kredit terhadap likuiditas PT.Toko Gunung Agung Tbk?
3. Bagaimana pengaruh penjualan kredit terhadap profitabilitas PT. Toko Gunung Agung Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui berapa lama rata-rata jangka waktu pembayaran piutang oleh para pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit terhadap likuiditas PT. Toko Gunung Agung Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit terhadap profitabilitas PT. Toko Gunung Agung Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian antara lain :

1. Bagi penulis, sebagai bahan penyusunan skripsi dan menambah ilmu, pengalaman serta pemahaman masalah manajemen keuangan khususnya mengenai manajemen kredit.
2. Bagi perusahaan, sebagai sumbangan pemikiran dan bahan masukan mengenai penjualan kredit pada PT. Toko Gunung Agung Tbk sehingga dapat diketahui pengaruhnya terhadap likuiditas dan profitabilitas perusahaan.
3. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna mengenai manajemen piutang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam era perdagangan bebas dan semakin kompetitifnya persaingan dalam dunia bisnis. Suatu perusahaan akan berusaha untuk mengelola kegiatan usahanya secara efektif dan efisien sehingga dapat memperoleh laba yang maksimal agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Untuk memenangkan persaingan ada banyak cara yang dilakukan, salah satunya dengan melakukan penjualan kredit untuk meningkatkan volume penjualan.

Perusahaan yang melakukan penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas. Akan tetapi penerimaan kas diperoleh setelah tagihan tersebut jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan bersama.

Penjualan kredit memiliki beberapa resiko yang harus ditanggung perusahaan antara lain:

1. Resiko adanya piutang tidak tertagih akibat pelanggan yang terlambat membayar.
2. Perusahaan kehilangan nilai waktu dari uang (kerugian atas bunga).
3. Dana yang ada tidak dapat dimanfaatkan untuk perputaran barang.

Oleh karena itu dalam melakukan kebijakan kredit, manajer keuangan harus mengawasi piutang dagang melalui keterlibatannya dalam pengelolaan (Ridwan S. Sundjaja, Inge Barlian. Manajemen Keuangan. 2003:271) :

1. Kebijakan kredit

Suatu penentuan dalam penyeleksian pemberian kredit, standar kredit, syarat dan potongan kredit. Analisis kredit perusahaan menganalisa kemampuan pemohon kredit berdasar 5C: *Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*. Sedangkan Syarat kredit adalah ketentuan mengenai jangka waktu kredit jatuh tempo yang diberikan dan potongan tunai (jika ada) untuk pembayaran yang dilakukan lebih cepat dari jatuh tempo, misal : 3/10, net 30.

2. Kebijakan Penagihan

Kebijakan ini dilakukan untuk melakukan penagihan terhadap piutang-piutang perusahaan. Hasil dari pengumpulan piutang ini merupakan sumber penerimaan kas untuk menjalankan aktivitas operasional perusahaan.

Manajemen piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya dengan kredit, terutama mencakup masalah pengendalian

jumlah piutang dan evaluasi terhadap kebijakan kredit yang dijalankan oleh perusahaan. Pengelolaan penjualan kredit ini perlu mendapat cukup perhatian dari pimpinan perusahaan karena penilaian kredit yang dilakukan terhadap pelanggan dapat dianalisis dengan menggunakan analisis rasio likuiditas yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya dan analisis rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam mencetak laba.

1.6 Metode Penelitian

Didalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu metode yang digunakan untuk memecahkan masalah, menyajikan gambaran secara sistematis, aktual dan akurat dengan cara mengumpulkan data-data perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diselidiki. Data yang diambil tersebut kemudian di analisis dan diambil suatu kesimpulan.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis untuk keperluan skripsi ini adalah dengan cara sebagai berikut :

1) Metode pengumpulan data primer, yaitu dengan cara :

Observasi, yaitu dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian dan melakukan pencatatan untuk memperoleh data dan informasi.

2) Metode pengumpulan data sekunder

Data ini dikumpulkan dengan cara studi literatur atau studi kepustakaan dengan cara mempelajari, meneliti serta menelaah literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang dikaji.

1.6.2 Teknik Pengolahan Data

1. Analisis Rasio Likuiditas

Likuiditas perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio likuiditas. Analisis rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek. Alat analisis data yang dapat digunakan untuk mengukur likuiditas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Current Ratio

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}} \times 100\%$$

b. Quick Ratio

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current liabilities}} \times 100\%$$

c. Cash Ratio

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash}}{\text{Current Liabilities}} \times 100\%$$

2. Analisis Ratio Profitabilitas

Analisis profitabilitas digunakan untuk melihat kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh profit. Alat analisis data yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Gross Profit Margin

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Sales} - \text{Cost of Goods sold}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

b. Net Profit Margin

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Sales}} \times 100\%$$

c. Earning Power Ratio

$$\text{Earning Power Ratio} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

d. Rate Of Return for the Owners

$$\text{Rate Of Return For the Owners} = \frac{\text{Earning After tax}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

3. Analisis Rasio Activity

Analisis untuk mengetahui berapa lama rata-rata jangka waktu pembayaran piutang oleh para pelanggan dalam manajemen piutang dagang adalah dengan alat analisis sebagai berikut :

$$a. \text{Account Receivable Turnover} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Receivables}}$$

$$b. \text{Average Of Account Receivable} = \frac{360}{\text{Receivables Turnover}}$$

4. Statistik Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi pearson digunakan untuk menguji antara sebuah variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen agar diketahui apakah ada pengaruh yang kuat atau tidak dari dua variabel yang diuji tersebut. Untuk mengukur besarnya pengaruh penjualan kredit terhadap likuiditas dan profitabilitas suatu perusahaan, maka disini penulis menggunakan alat statistik yaitu analisis korelasi pearson.

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Koefisien Determinasi

Gambaran tentang keamatan hubungan linier antara x dengan y akan lebih mantap jika menggunakan koefisien determinasi, koefisien determinasi didefinisikan dengan r^2

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Pusat Referensi Pasar Modal selama Bulan Desember-akhir Januari 2006 yang berlokasi di Gedung Bursa Efek Jakarta, Menara 2- lantai 1, Jalan Jendral Sudirman Kavling 52-53 Jakarta.

