

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha akhir – akhir ini menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat, yang membuat setiap perusahaan dituntut untuk mengambil tindakan yang tepat dalam mempertahankan dan mengembangkan keberadaannya. Dalam usahanya untuk menyesuaikan diri dengan persaingan yang ketat ini, perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh laba dituntut untuk memiliki sistem manajemen yang baik.

Dengan sistem manajemen yang baik ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya, baik dalam bentuk kualitas produk, harga, maupun bentuk pelayanan lainnya, sehingga dapat memenuhi kepuasan para konsumen. Kepuasan konsumen ini akan membentuk kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan, sehingga perusahaan akan mengalami peningkatan dalam volume penjualannya, serta secara otomatis laba perusahaan pun akan meningkat.

Dalam upaya meningkatkan penjualan, perusahaan dapat melakukan berbagai cara, seperti promosi dengan menggunakan *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, dan sebagainya. Selain itu dengan melakukan kebijakan penjualan secara kredit, yaitu pembayaran dilakukan beberapa waktu setelah terjadinya transaksi.

CV. Surya Mas adalah perusahaan yang berperan sebagai produsen dan bergerak di bidang industri yang memproduksi sepatu kanvas (*vulcanize shoes*), dimana penjualan dilakukan kepada distributor – distributor (*grosir*) di wilayah Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur, Jakarta, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi. CV. Surya Mas dalam kegiatan penjualannya menerapkan kebijakan penjualan secara kredit.

Dalam penjualan kredit, perusahaan dapat menghadapi resiko yang dapat terjadi, yaitu keterlambatan dalam pembayaran atau bahkan tidak terbayarnya piutang tersebut. Selain itu penjualan kredit mengakibatkan sebagian modal kerja perusahaan tertanam dalam bentuk piutang dagang.

Piutang dagang mempengaruhi arus kas, yaitu pada saat piutang dagang jatuh tempo, maka terjadi aliran kas masuk dari hasil penagihan piutang tersebut. Semakin banyak perusahaan berinvestasi dalam piutang dagang, maka persediaan kas akan semakin berkurang. Sedangkan dalam menjalankan kegiatannya, perusahaan memerlukan kas untuk membiayai segala pengeluarannya, baik untuk kegiatan rutin operasi perusahaan, membayar kewajiban (*hutang*), maupun untuk investasi lainnya. Hal ini dapat menimbulkan resiko tidak terbayarnya kewajiban perusahaan sendiri saat jatuh tempo. Karena hal – hal tersebut, maka perusahaan harus dapat mengatur dan mengelola piutangnya dengan baik.

Berdasarkan hal – hal di atas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai manajemen piutang dalam penelitian dengan judul :

“ Pengaruh Penjualan Kredit Terhadap Likuiditas dan Profitabilitas CV. Surya Mas“.

1.2 Identifikasi Masalah

Penjualan kredit dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan produknya, yang dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan pengelolaan penjualan kredit yang baik, maka dapat menjaga kelancaran aliran kas masuk bagi perusahaan dan dapat mencegah tertanamnya dana perusahaan dalam bentuk piutang dalam jumlah yang terlampau tinggi. Hal ini akan berpengaruh pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (likuiditas) dan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (profitabilitas).

Berdasarkan uraian di atas, penulis membatasi masalah dengan mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kebijakan penjualan kredit yang dijalankan CV. Surya Mas ?
2. Bagaimana pengaruh penjualan kredit CV. Surya Mas terhadap likuiditas perusahaan ?
3. Bagaimana pengaruh penjualan kredit CV. Surya Mas terhadap profitabilitas perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai penulis dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa kebijakan penjualan kredit yang dijalankan CV. Surya Mas.
2. Untuk menganalisa pengaruh penjualan kredit CV. Surya Mas terhadap likuiditas perusahaan.

3. Untuk menganalisa pengaruh penjualan kredit CV. Surya Mas terhadap profitabilitas perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak – pihak yang berkepentingan, di antaranya bagi perusahaan, penulis, dan pihak lain.

1. Bagi perusahaan :

Memberikan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan kebijakan penjualan kredit.

2. Bagi penulis :

Untuk menambah pengetahuan penulis dalam bidang manajemen keuangan, khususnya mengenai penjualan kredit.

3. Bagi pihak lain :

Sebagai informasi yang dapat dijadikan sebagai masukan dan pengetahuan mengenai penjualan kredit.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang sejenis, banyak usaha yang dapat dilakukan supaya perusahaan tetap dapat bertahan dan dapat berkembang. Salah satunya adalah dengan menerapkan kebijakan penjualan kredit.

Penjualan kredit menimbulkan investasi perusahaan dalam bentuk piutang dagang. Piutang dagang menurut Munawir (Analisis Laporan Keuangan ,1990, 15) adalah tagihan pada pihak lain atau kepada kreditor atau langganan, sebagai akibat adanya penjualan secara kredit. Akibatnya penerimaan kas baru diperoleh setelah piutang tersebut jatuh tempo dan telah dibayarkan.

Perusahaan perlu mengatur penjualan kredit tersebut dalam bentuk kebijakan kredit, yang tercakup dalam manajemen piutang. Hal ini dilakukan untuk menjaga kelancaran aliran kas masuk bagi perusahaan dan mencegah tertanamnya dana perusahaan dalam bentuk piutang dalam jumlah yang terlampaui tinggi. Hal ini karena piutang memiliki resiko keterlambatan pembayaran dari pihak konsumen atau tidak terbayarnya piutang tersebut sama sekali. Selain resiko tersebut, menurut Weston, Brigham (Essentials of Managerial Finance, 1990,472) piutang juga menimbulkan biaya yaitu biaya modal, biaya administrasi piutang yang meliputi biaya penagihan piutang, dan biaya berupa piutang yang tidak tertagih.

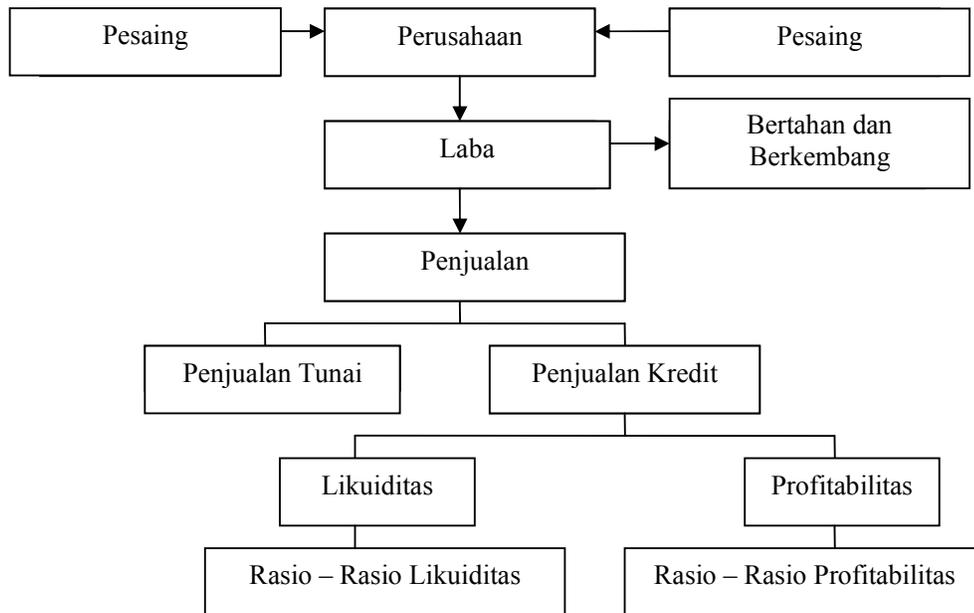
Dalam manajemen piutang faktor – faktor yang menjadi keputusan dalam pemberian kredit menurut Lawrence J. Gitman dalam bukunya yang berjudul *Principles of Managerial Finance* (1997,776), antara lain adalah kebijakan kredit (*credit policy*) yang terdiri dari kebijakan pemberian kredit (*credit selection*), penetapan standar kredit (*credit standard*), penetapan syarat kredit (*credit terms*), dan kebijakan penagihan (*collection policy*).

Jika perusahaan dapat memperhatikan dan menerapkan faktor – faktor tersebut dalam melakukan kebijakan kreditnya, maka ketepatan waktu dan

kelancaran aliran kas masuk dapat dikendalikan dengan baik. Hal ini akan berpengaruh pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Jika perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo secara tepat waktu maka hal ini menunjukkan perusahaan tersebut likuid. Untuk mengevaluasi likuiditas perusahaan, dapat dilihat melalui analisis rasio likuiditas, yaitu *Current ratio*, *Quick ratio*, dan *Cash Ratio*.

Selain mempengaruhi likuiditas perusahaan, penjualan kredit juga mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Penjualan kredit dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba perusahaan. Untuk mengevaluasi profitabilitas perusahaan, dapat dilihat melalui analisis rasio profitabilitas, yaitu *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Investmen (ROI)*, dan *Return on Equity (ROE)*.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu dengan cara mengumpulkan dan menyajikan data yang disertai analisis yang dapat memperjelas gambaran mengenai obyek yang diteliti.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian langsung pada perusahaan yang bersangkutan dengan maksud untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, dengan cara mengadakan observasi dan interview dengan personil yang berwenang memberikan dan menjelaskan data yang penulis butuhkan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian dengan cara membaca, mempelajari buku – buku referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.6.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang terdapat dalam penelitian ini, antara lain :

- Data Primer, merupakan data yang diperoleh dengan cara penelitian langsung di perusahaan, dalam hal ini adalah CV. Surya Mas.

- Data Sekunder, yaitu kumpulan data dari literatur – literatur, buku – buku, serta mempelajari teori – teori yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

1.6.3 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui perputaran piutang dan penerimaan kas, yaitu dengan menggunakan :
 - *Receivable Turnover* (Perputaran Piutang), mengukur tingkat perputaran piutang.
 - *Average Collection Period / ACP* (Rata – rata pengumpulan piutang), menunjukkan lamanya piutang terikat dalam peredarannya sampai kembali ke dalam bentuk uang tunai.
- Untuk menghitung likuiditas dan profitabilitas perusahaan, dengan menggunakan :
 - a. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Rasio yang ditujukan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau hutang jangka pendek yang segera harus dapat dipenuhi oleh perusahaan yang bersangkutan.

Rasio likuiditas terdiri dari :

 - *Current Ratio* (Rasio Lancar), mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

- *Quick Ratio* (Rasio Cepat), mengukur kemampuan perusahaan membayar hutang dengan aktiva lancar yang lebih likuid.
 - *Cash Ratio* (Rasio Kas), mengukur kas yang tersedia untuk membayar kewajiban lancarnya dengan memasukkan *marketable securities* sebagai *numerator*.
- b. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)
- Rasio yang ditujukan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba pada suatu periode tertentu.
- Rasio profitabilitas terdiri dari :
- *Gross Profit Margin*, menganalisa laba kotor perusahaan.
 - *Net Profit Margin*, menganalisa laba bersih perusahaan.
 - *Return on Investmen (ROI)*, mengukur kemampuan modal yang diinvestasikan dalam seluruh aktiva dalam menghasilkan laba bersih.
 - *Return on Equity (ROE)*, mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk memperoleh laba bersih.
- Untuk mengetahui keterkaitan antara penjualan kredit dengan likuiditas dan profitabilitas, yaitu dengan menggunakan :
- Koefisien Korelasi, mengukur seberapa kuat hubungan antara penjualan kredit dengan likuiditas dan profitabilitas.
 - Koefisien Determinasi, mengukur besarnya persentase pengaruh penjualan kredit terhadap likuiditas dan profitabilitas.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada CV. Surya Mas, yang berlokasi di Jl. Cibolerang No. 57 (Kopo) Bandung 40225. Penelitian dilakukan dari tanggal 01 Oktober 2005 sampai dengan tanggal 30 November 2005.