

BAB I

PENDAHULUAN

1. Pandangan Umum

Di dalam dunia usaha dewasa ini banyak perusahaan menawarkan produk-produknya menempuh kebijaksanaan melalui penjualan kredit. Kebijaksanaan penjualan kredit ini ditempuh oleh suatu perusahaan dengan harapan agar penjualan kredit tersebut dapat meningkatkan permintaan terhadap produk-produk yang dipasarkannya. Dengan semakin meningkatnya permintaan terhadap produk-produk yang dipasarkan perusahaan mengharapkan volume penjualan akan meningkat sehingga laba usaha yang diperoleh akan meningkat pula.

Dalam rangka usaha mempertahankan atau meningkatkan volume penjualan pimpinan perusahaan berkewajiban menetapkan kebijaksanaan penjualan kreditnya dengan sungguh-sungguh dan hati-hati. Dengan dilaksanakannya kebijaksanaan penjualan kredit selain dapat memperoleh manfaat antara lain :

- Kenaikan volume penjualan
- Kenaikan profit
- Memenangkan persaingan

Juga dapat menimbulkan risiko pada perusahaan antara

lain :

- Risiko tidak dibayarnya seluruh piutang
- Risiko tidak dibayarnya sebagian piutang
- Risiko keterlambatan dalam melunasi piutang-piutang
- Risiko tertanamnya modal dalam piutang.

Di samping itu dalam menjalankan kebijaksanaan penjualan kredit, perusahaan harus mengeluarkan biaya-biaya sebagai berikut :

- Biaya pengumpulan piutang
- Biaya administrasi
- Biaya sumber dana

Dengan adanya penjualan kredit pada perusahaan "x" volume piutang dari tahun ke tahun semakin meningkat lebih besar dibandingkan dengan besarnya volume penjualan. Pimpinan perusahaan harus memperhatikan tentang bagaimana menghindari atau setidaknya memperkecil risiko yang timbul, sehingga akan mendapatkan profit yang diharapkan. Dalam hal ini pimpinan perusahaan harus dapat merumuskan suatu kebijaksanaan penjualan kredit sedemikian, sehingga di satu pihak akan merangsang kenaikan volume penjualan atau profit perusahaan dan di lain pihak membatasi biaya-biaya yang timbul karena adanya kebijaksanaan tersebut pada tingkat yang wajar.

2. Penjelasan Judul

Judul skripsi ini adalah "Peranan Kebijakan Penjualan Kredit untuk Meningkatkan Profit pada Perusahaan "X" di Sidoarjo.

- Peranan, artinya sesuatu yang jadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama.
- Kebijakan adalah suatu ketentuan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan dalam organisasi perusahaan.
- Penjualan kredit, artinya penjualan barang dagangan dimana terdapat perbedaan waktu antara penyerahan barang dagangan dengan pembayarannya.
- Profit adalah selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok penjualan atau biaya dari barang yang dijual.
- Perusahaan "X" di Sidoarjo merupakan sebuah perusahaan industri yang berkedudukan di Sidoarjo yang bergerak dalam bidang minuman keras.

Jadi maksud dari judul di atas adalah suatu ketentuan yang merupakan pedoman dan batasan bagi kegiatan-kegiatan cara penjualan kredit untuk meningkatkan kemampuan menghasilkan laba pada Perusahaan "X" di Sidoarjo.

3. Alasan Pemilihan Judul

Dalam perkembangan dunia dewasa ini tidak jarang kita jumpai masih banyak perusahaan yang kadang-kadang masih menggunakan kebijaksanaan penjualan yang sudah tidak sesuai lagi dengan keadaan perekonomian pada saat ini. Penggunaan kebijaksanaan penjualan yang salah mengakibatkan tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang optimal tidak dapat tercapai.

Salah satu dari kebijaksanaan penjualan adalah penjualan hasil produksi secara kredit dan penjualan kredit menimbulkan adanya piutang. Piutang merupakan bagian dari aktiva lancar yang cukup berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan menghendaki penanganan yang benar dan hati-hati. Karena besarnya jumlah piutang tergantung pada kebijaksanaan penjualan kredit yang dijalankan perusahaan, maka penentuan kebijaksanaan penjualan kredit haruslah mendapat perhatian yang besar.

Berdasarkan kebijaksanaan penjualan kredit yang dijalankan perusahaan "X" yang kurang tepat, sehingga banyak pelanggan yang menunda pembayarannya. Sebagai akibatnya terjadi penumpukan saldo piutang dari tahun ke tahun mengalami kenaikan sehingga dana yang tertanam dalam piutang semakin besar.

Atas hal tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih judul skripsi ini dengan maksud untuk memberikan sedikit sumbangan pikiran bagi perusahaan untuk menentukan kebijaksanaan penjualan kredit yang sebaiknya digunakan untuk masa yang akan datang.

4. Tujuan Penyusunan

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah :

- Untuk memenuhi tugas akhir dalam studi di Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, guna mencapai Gelar Sarjana Ekonomi.
- Memberikan gambaran praktis sebagai bahan perbandingan dengan teori-teori yang telah penulis peroleh selama di bangku kuliah.
- Untuk mengetahui sampai sejauh manakah Perusahaan "X" di dalam mengatur besar kecilnya piutang dalam rangka mempertahankan langganan dan meningkatkan volume penjualan. Dalam arti sampai sejauh manakah perusahaan tersebut di dalam mengatur atau menentukan langganan, syarat-syarat kredit, usaha untuk mengintensifkan pengalihan-pengalihan piutangnya sehingga dapat memperlancar kegiatan perusahaan maupun memperkecil risiko tertundanya pembayaran piutang tersebut.

- Mencoba memberikan suatu cara penyelesaian yang menyangkut kebijaksanaan penjualan kredit sehingga dapat dipergunakan dan diambil manfaatnya oleh semua pihak yang berkepentingan dengan kebijaksanaan penjualan kredit.

5. Sistematika Skripsi

Dalam sistematika skripsi ini penulis akan menguraikan secara singkat bab demi bab mengenai hal-hal yang akan penulis susun dalam skripsi ini.

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi uraian mengenai gambaran umum skripsi yang meliputi pandangan umum, penjelasan judul, alasan pemilihan judul, tujuan penyusunan, sistematika skripsi dan metodologi yang terdiri dari permasalahan, hipotesa kerja, skope analisa, prosedur pengumpulan dan pengolahan data.

Bab II : Pembahasan Teoritis dari Manajemen Piutang

Di dalam bab ini akan dijelaskan secara teoritis mengenai pengertian piutang, fungsi piutang bagi perusahaan, penilaian terhadap kebijaksanaan kredit yang berisi tingkat perputaran piutang, waktu rata-rata pengumpulan

piutang dan klasifikasi umur piutang, faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang, faktor-faktor dalam kebijaksanaan kredit terdiri dari standar kredit, potongan tunai dan jangka waktu kredit, usaha-usaha untuk memperkecil risiko likuiditas piutang dan rasio profitabilitas.

Bab III : Tinjauan Praktis Keadaan Perusahaan

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, proses produksi, pemasaran dan kebijaksanaan kredit yang dijalankan perusahaan.

Bab IV : Analisa dan Pemecahan Masalah

Pada bab ini akan diadakan analisa terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan dan usaha pemecahannya.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab penutup dari skripsi ini yang akan berisikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat penulis ajukan.

6. Metodologi

6.1. Permasalahan.

Perusahaan dalam menjalankan kebijak-

sanaan penjualan kredit sudah menetapkan syarat 2/10 net 35, artinya jika pembayaran dilakukan dalam waktu sepuluh hari setelah dibukanya faktur penjualan akan mendapatkan potongan harga sebesar dua prosen dari harga penjualan atau pembayaran dilakukan selambat-lambatnya tiga puluh lima hari dari tanggal faktur penjualan.

Namun dari hasil pengumpulan piutang sampai saat ini menunjukkan adanya sebagian besar langganan yang tidak dapat melunasi hutang-hutangnya pada waktu yang telah ditetapkan sehingga semakin lama semakin banyak dana perusahaan yang terikat dalam piutang, yang akan mempengaruhi besarnya keuntungan yang diperoleh. Hal ini disebabkan perusahaan kurang cermat dalam pemilihan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah sebagai berikut : Oleh karena kebijaksanaan penjualan kredit belum dilaksanakan dengan baik maka terjadi penumpukan piutang yang semakin meningkat dari tahun ke tahun sehingga profitabilitas perusahaan menurun.

6.2. Hipotesa Kerja.

Bertitik tolak pada permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, maka penulis mengajukan hipotesa kerja bahwa apabila perusahaan merubah syarat kredit dari 2/10 net 35 menjadi 3/10 net 35 maka perusahaan di samping dapat meningkatkan volume penjualannya, juga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaannya. Dengan menerapkan syarat kredit tersebut, maka pengumpulan piutang dapat dipercepat sehingga investasi dalam piutang menjadi lebih kecil.

Di samping itu perusahaan harus memberikan kredit pada pelanggan yang tepat, selalu memantau piutang-piutang yang diberikan kepada pelanggan dan kebiasaan membayar para pelanggan, serta melakukan penagihan-penagihan sebagai tindak lanjut dari penjualan kredit.

6.3. Skope Analisa.

Guna menghindari pembahasan yang terlalu luas dan mengingat kemampuan penulis yang terbatas, maka perlu kiranya penulis memberikan batasan yang tegas dalam skripsi ini.

Dalam pembahasan masalah skripsi ini pe-

nulis membatasi masalah piutang yang timbul hanya karena perusahaan menjual produknya secara kredit. Penulis menitikberatkan pada penetapan syarat kredit perusahaan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan laba bersih operasi perusahaan.

6.4. Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Data.

1. Prosedur pengumpulan data meliputi :

a. Wawancara

Yaitu dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah penulisan skripsi ini.

b. Penelitian lapangan

Yaitu penelitian yang dilakukan di tempat obyek penelitian. Jadi dengan cara langsung mengamati ke perusahaan terutama tentang hal-hal yang berkenaan dengan pelaksanaan kebijaksanaan penjualan kredit yang dijalankan perusahaan.

c. Studi kepustakaan

Yaitu dengan mempelajari catatan-catatan, literatur, buku-buku yang sesuai dengan masalah yang ada pada perusahaan.

2. Prosedur pengolahan data

Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa berdasarkan teori yang ada serta dihubungkan satu sama lain hingga dapat ditarik suatu kesimpulan, untuk kemudian disusun saran-saran berdasarkan kesimpulan sebelumnya.