

**ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT
MOBIL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA
PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR**



Disusun dan diajukan oleh :

NAMA : ABDUL RAUF YAS
NO. POKOK : P2100202064

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2009**

**ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT
MOBIL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA
PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR**

Disusun dan diajukan oleh :

ABDUL RAUF YAS
Nomor Pokok : P2100 202064

Telah Memenuhi Syarat untuk Ujian Tutup

Pembimbing Pertama

DR. Suharwan, SU

Pembimbing Kedua

DR. Muh. Ali, M. Si

PRAKATA

Segala puji dipanjatkan kehadirat Allah, SWT yang sudah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat diselesaikan penyusunan tesis ini tepat pada waktunya.

Dalam penyusunannya, telah diterima bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya ditujukan kepada :

1. Bapak DR. Suharwan, SE, M.S. selaku Pembimbing pertama, dan Bapak DR. Muhammad Ali, SE, M.S. selaku Pembimbing kedua, yang dengan sungguh-sungguh telah meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk mengarahkan, mem bimbing dan menyempurnakan isi tesis ini.
2. Bapak Ketua Program Magister Manajemen Universitas Hasanuddin
3. Bapak Direktur PT. Bosowa Berlian Motor yang telah memberi ijin pada penulis mengikuti tugas belajar pada Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar, sehingga penulis dapat mengikuti semua aktivitas perkuliahan hingga selesainya penulisan tesis ini.
4. Kepada Isteri dan anak-anak tercinta yang senantiasa memberikan petunjuk, semangat dan doa sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
5. Bapak dan Ibu Dosen, dalam lingkungan Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin, khususnya Program Magister Manajemen atas

segala keihlasan dan kesungguhannya dalam memberikan motivasi dan spirit dalam penyelesaian tesis ini.

Disadari bahwa meskipun telah diupayakan penyempurnaannya, pembahasan tesis ini masih dijumpai kekurangan-kekurangan yang terlepas dari pengamatan dan analisis yang digunakan. Untuk itu, saran, masukan dan kritik yang obyektif dan bertujuan menyempurnakan isi dan pembahasannya, diharapkan dari semua pihak.

Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dan setimpal hanya dari Allah SWT.

Makassar, Juli 2009

Penulis

ABSTRAK

Abdul Rauf Yas, *Analisis Pengaruh Kebijakan Penjualan kredit Mobil Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT. Bosowa Berlian Motor* (Dibimbing Oleh : Suharwan dan Muhammad Ali)

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebijakan penjualan kredit mobil terhadap kinerja Keuangan PT. Bososwa Berlian Motor Makassar

Untuk mengungkap permasalahan, diadakan penelitian dengan mempergunakan Penelitian ini menggunakan data primer (*primary data*) yaitu data yang diperoleh dari perusahaan melalui hasil wawancara dan jawaban tertulis dari daftar pertanyaan yang diajukan. Selain itu juga digunakan data sekunder yang diperoleh secara langsung dari laporan-laporan PT. Bosowa Berlian Motor berupa *Management Information System (MIS)* yang diterbitkan secara periodik dan Laporan Tahunan (*Annual Report*) yang telah dipublikasikan. Data sekunder yang berupa Laporan Keuangan (Neraca dan Perhitungan Laba Rugi serta cash flow

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa faktor kebijakan penjualan kredit mobil yang dijalankan perusahaan belum efektif, karena tingginya penjualan kredit mobil kredit yang bermasalah. Kondisi ini mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang terlihat dari Rasio likuiditas perusahaan mengalami penurunan pada 2004 rata-rata 22 persen dimana aktiva lancar menignkat rata-rata 17,65 %, sedangkan peningkatan aktiva lancar hanya rata-rata sebesar 7,45 %, Rasio aktivitas perusahaan pada tahun 1998 - 2002 mengalami penurunan rata-rata 5,17 % dimana peningkatan pendapatan tidak sebanding dengan peningkatan penjualan kredit usaha rata-rata 18,41 %, Rasio solvabilitas perusahaan pada tahun 2000 -2004 mengalami peningkatan rata-rata 9,71 %, Rasio rentabilitas pada tahun 2000 - 2004 mengalami penurunan rata-rata 23 %

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II. KERANGKA TEORITIK DAN TINJAUAN PUSTAKA	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	6
B. Pengertian Penjualan kredit dan Kinerja Keuangan	10
C. Pengendalian Internal.....	17
D. Pengertian Kredit dan Pengendalian Penjualan kredit	19
E. Pengelolaan Penjualan kredit	29
F. Penyelamatan Penjualan kredit	33
G. Kerangka Pikir	45

H. Hipotesis	46
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	49
B. Metode Pengambilan Data.....	49
C. Jenis dan Sumber data	50
D. Metode Analisis	51
E. Definisi Operasional Variabel	54
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	57
B. Kebijakan Penjualan kredit Mobil Pada PT. Bosowa Berlian Motor	71
C. Pengaruh Penjualan kredit Macer Terhadap Kinerja Keuangan	79
D. Pembahasan	97
Kantor Cabang Makassar	41
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Halaman
Realisasi Penjualan Mobil (Tunai-Kredit) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor	3
Realisasi Penjualan Mobil (Tunai) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor	72
Realisasi Penjualan Mobil (Kredit) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor	76
Perkiraan Aktiva Lancar dan Hutang Lancar	81
Rasio Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Tahun 2000 sampai Tahun 2004	82
Perkembangan Modal Kerja PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Selama Tahun 2000 - 2004	83
Rincian Penjualan kredit, Pendapatan Usaha, Persediaan, dan Modal selama Tahun 2000 sampai dengan tahun 2004	85
Rasio Periode Pengumpulan Penjualan kredit, Rasio persediaan, dan rasio Perputaran Modal PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), Tahun 2000 sampai Tahun 2004	86
Uraian Hutang, Harta, Modal PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), selama Tahun 2000 sampai Tahun 2004	89
Rasio Hutang Terhadap Aktiva, Rasio Hutang Terhadap Modal, dan Rasio Hutang Jangka Panjang Terhadap Modal PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) selama Tahun 2000 sampai Tahun 2004	89
Uraian Biaya, Pendapatan, Laba, Penyusutan, Capital Employed PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), selama Tahun 2000 sampai Tahun 2004	92

Rasio Operasi,Rasio Margin Laba ,Return On Investment (ROI), Return On Equity (ROE) dan Return ON Asset (ROA) PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Selama tahun 2000 sampai 2004	93
Perkembangan Pendapatan, Biaya dan Laba PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), Tahun 2000 - 2004	95
Kinerja Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Tahun 2000 - tahun 2004	97
Penjualan kredit Macet pada Penjualan Mobil (Kredit) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor	98

DAFTAR LAMPIRAN

No	Halaman
1. Neraca	104
2. Laba/rugi	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, fungsi *finance* membutuhkan penanganan yang semakin maksimal, karena semua lini dalam dunia bisnis apa itu *marketing*, produksi dan *human resource development* semuanya membutuhkan *supporting* dari *finance*. Maksimal atau tidaknya suatu bagian sangat tergantung atas dukungan *finance*. Dukungan *finance* dapat dilihat dari sisi internal perusahaan, sedangkan dari eksternalnya jika perusahaan hendak berekspansi, maka sudah barang tentu selain tinjauan prospek pasar yang dipertimbangkan, juga bagaimana kemampuan permodalannya.

Perekonomian Indonesia telah mengalami gejolak, dimulai dari penurunan nilai tukar mata uang rupiah (depresiasi) atas mata uang dollar Amerika Serikat, yang kemudian memicu terjadinya permasalahan lain seperti menurunnya kinerja keuangan perusahaan yang ada di tanah air, tingginya tingkat suku bunga, tingginya inflasi, naiknya harga barang, kebangkrutan beberapa perusahaan, meningkatnya tingkat pengangguran dan sebagainya.

PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) sebagai salah satu anak perusahaan dari Bosowa Group perusahaan yang bergerak dalam bisnis Otomotif, sebagai dealer Mitsubishi untuk Kawasan Timur Indonesia. Sebagai bisnis utama/inti dari Bosowa tentu mempunyai kontribusi pada perkembangan Bosowa secara keseluruhan sehingga sangat diharapkan suatu kinerja yang maksimal agar mampu menghasilkan profit yang maksimal pula.

Bosowa Berlian Motor yang mempunyai fungsi menjual kendaraan roda empat, namun kenyataannya bahwa bisnis ini melibatkan fungsi menjual uang, karena penjualan secara kredit dibiayai secara langsung oleh Bosowa Berlian Motor, sekalipun secara tidak langsung tetap dibiayai oleh perbankan maupun lembaga keuangan non Bank. BBM dalam pengelolaan bisnisnya tidak terlepas dari persaingan yang ketat atas beberapa merek mobil yang beredar di Indonesia, khususnya Kawasan Timur Indonesia, dimana BBM baru berhasil meraih pangsa pasar 60 %. Tentunya untuk memperbaiki posisinya di pasar maka, sudah barang tentu dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik, penjualan kredit sebagai sebuah strategi tentu membawa dampak pada perusahaan, yakni meningkatnya penjualan kredit, sehingga faktor kredit macet tentu sulit untuk dihindarkan. Hampir setiap tahun BBM, memberikan kebijakan kredit ke konsumen (*end User*) antara 80%-85% penjualan mobil secara kredit, dengan harapan bahwa BBM dapat menjadi *market leader*. Namun demikian juga akan menjadi suatu kendala terhadap segala lini bisnis atas *supporting* keuangan manakala penjualan

kredit angsuran mobil tidak bisa maksimal penagihannya. Maka sangat perlu suatu pengelolaan penjualan kredit yang baik agar dapat menyokong dengan maksimal kinerja manajemen. Berikut ini dilampirkan realisasi penjualan mobil selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu:

Tabel 1. Realisasi Penjualan Mobil (Tunai-Kredit) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor

(Rp.000.000)

TAHUN	TOTAL OMZET		PENJUALAN TUNAI				PENJUALAN KREDIT			
	UNIT	NILAI (Rp)	UNIT	%	NILAI (Rp)	%	UNIT	%	NILAI (Rp)	%
2000	1.236	122.515	173	14,0	21.442	17,5	1.036	86,0	101.072	82,5
2001	2.919	357.208	314	10,8	38.266.	10,7	2.605	89,2	318.941	89,3
2002	3.003	378.030	421	14,0	56.209	14,9	2.582	86,0	321.820	85,1
2003	4.090	541.102	625	15,3	94.424	17,5	3.465	84,7	446.677	82,5
2004	4.129	597.096	754	18,3	119.241	20,0	3..375	81,7	477.854	80,0

Sumber : Laporan Penjualan PT. Bosowa Berlian Motor

Besarnya penjualan kredit rata-rata sampai 80% menyebabkan terjadinya penjualan kredit yang cukup besar, sehingga pengaruh penjualan kredit terhadap kinerja keuangan juga tinggi karena hampir 80% *cashin* dalam likuiditas dipengaruhi dari sisi penerimaan penjualan kredit ataupun sebaliknya jika tidak terjadi penerimaan penjualan kredit sesuai target atau terjadi kredit macet, maka akan merusak atau menurunkan tingkat likuiditas perusahaan. Indikasi yang ada menunjukkan bahwa potensi terjadinya

penjualan kredit dapat mencapai 20 % hingga 30 % persen sehingga akan mengakibatkan menurunnya kinerja keuangan perusahaan.

B. Pokok Permasalahan

Kebijakan Strategi penjualan kredit diharapkan dapat memacu penjualan yang lebih banyak agar dapat memimpin pasar di Kawasan Timur Indonesia, walaupun hal ini dapat tercapai tidaklah serta merta bahwa *return payment* dijamin dapat kembali dengan baik. Akan tetapi jika hal ini terjadi, maka sangat mengganggu likuiditas perusahaan yang mana akan mempengaruhi atas perputaran arus uang masuk dan keluar, adanya perbedaan antara target penerimaan angsuran dengan realisasi angsuran yang tertunggak, sehingga mengakibatkan kadang-kadang adanya gangguan *cash flow* yang terjadi, untuk itu maka melalui penelitian ini diharapkan dapat menyingkap tabir daripada adanya penjualan kredit yang bermasalah yaitu :

1. Bagaimana efektivitas kebijakan penjualan kredit mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor?.
2. Seberapa besar pengaruh penjualan kredit macet terhadap kinerja keuangan pada PT. Bosowa Berlian Motor.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penyusunan tesis ini, adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektivitas penjualan kredit mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor.
2. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit macet terhadap kinerja keuangan perusahaan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

1. Sebagai bahan informasi kepada Manajemen Bosowa Berlian Motor tentang pentingnya sistem pengendalian kredit, ataupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.
2. Dengan adanya informasi tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi pada manajemen dalam penyusunan perencanaan, kebijakan dan pengambilan keputusan dalam bidang pengendalian penjualan kredit.
3. Sebagai sumbangan referensi bagi penelitian lebih lanjut, khususnya bagi mereka yang ingin memperdalam pengetahuan dan dalam bidang manajemen keuangan khususnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

Pada penilaian kinerja keuangan yang menggunakan data historis perusahaan sebagaimana Gibson (1989) mengatakan penggunaan rasio keuangan guna menganalisis kinerja keuangan melalui pendekatan data historis perusahaan, disebut analisis kecenderungan (*trend analysis*), yaitu dengan cara mengamati kecenderungan dari rasio tertentu sehingga dapat diketahui apakah rasio tersebut turun, naik atau relatif konstan.

Penelitian dilakukan pada 100 perusahaan di Amerika Serikat yang tercantum dalam Fortune 500 bagi perusahaan kategori industri. Rasio pengukuran dilakukan terhadap Rasio likuiditas (*Current ration*), rasio hutang (*Debt to Capital, dan Debt to Equity*), dan rasio profitabilitas (*Return on Equity, Profit Margin, dan Return on Capital*).

Model perbandingan dengan cara *cross section analysis* yaitu perbandingan antara satu kegiatan dengan kegiatan lain dalam periode yang sama dalam satu perusahaan. Analisis rasio kinerja keuangan, baik analisis trend rasio sekarang dengan masa lalu dalam satu perusahaan sejenis maupun cara memperbandingkan dengan rata-rata industri dari perusahaan sejenis.

Anthony, Dearden, dan Bedford (1992) mengatakan bahwa teknik analisis prestasi keuangan dapat dilakukan dengan cara analisis varians yaitu membandingkan antara aktual dan anggaran. Analisis varians dibagi atas dua cara yaitu dengan metode sistem biaya langsung standar dan sistem biaya total standar. Analisis varians ini digunakan untuk mengenali unit organisasi yang bertanggung jawab dan untuk mengetahui sebab-sebab varians.

Dalam menganalisa kinerja keuangan dengan menggunakan laporan Akuntansi bukan hanya merupakan sebuah proses mekanikal, karena yang dibutuhkan analisis tidak hanya menghitung angka tetapi juga mengerti dari mana datangnya angka tersebut.

Dalam menganalisis kinerja keuangan menggunakan rasio-rasio keuangan memerlukan standar-standar untuk perbandingan. Pendekatan yang sering atau biasa digunakan adalah membandingkan rasio-rasio perusahaan dengan rata-rata industri atau dari usaha dimana perusahaan secara dominan beroperasi. Pendekatan ini didasarkan pada premis bahwa beberapa kekuatan ekonomi dan bisnis yang mendasar memaksa seluruh perusahaan dalam suatu industri untuk berperilaku serupa.

Rasio keuangan memberi dua cara untuk membuat perbandingan dari data keuangan perusahaan menjadi lebih berarti :

- 1) Analisis dapat meneliti rasio antar waktu misalnya 5 tahun terakhir.
- 2) Dasar membandingkan rasio keuangan perusahaan dengan perusahaan lain.

Dalam membuat perbandingan antara perusahaan yang sedang dianalisis dengan perusahaan lain, analisis dapat memilih kelompok perusahaan sebagai perbandingan atau secara lebih khusus dapat menggunakan norma industri yang diterbitkan oleh perusahaan seperti Robert Morris Associates. Robert Morris Associates pemberi pinjaman serta kredit bank, menerbitkan 16 rasio untuk lebih dari 350 bidang usaha.

Keown David and John. W Basic Financial Management (terjemahan) (1999 : 92) menyatakan dalam menganalisis rasio-rasio keuangan kita dapat mempelajari berbagai jenis atau kategori rasio secara sederhana saja atau menggunakan rasio-rasio tersebut untuk menjawab beberapa pertanyaan penting mengenai kegiatan operasi perusahaan.

Petunjuk dalam menggunakan rasio keuangan adalah dapat menjawab empat pertanyaan berikut ;

- 1) Seberapa jauh likuiditas perusahaan
- 2) Apakah manajemen menghasilkan laba operasi yang cukup atas aktiva perusahaan yang ada.
- 3) Bagaimana perusahaan mendanai aktivitya.
- 4) Apakah pemilik (pemegang saham) mendapatkan pengembalian yang cukup atas investasi mereka ?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut ada beberapa pendekatan diantaranya :

Likuiditas perusahaan pendekatan yang digunakan :

- 1) Melihat aktivitas-aktivitas perusahaan yang relatif likuid sifatnya dan membandingkan dalam waktu yang dekat.
- 2) Apakah aktiva perusahaan yang likuid dapat diubah menjadi kas.

Pengumpulan laba operasi yang cukup atas aktiva perusahaan oleh manajemen menggunakan pendekatan bagaimana mengukur laba : laba kotor, labar operasi, atau laba bersih.

Laba yang dipilih adalah laba operasi dan laba bersih karena pengukuran laba perusahaan dihitung sebelum dikurangi beban atas kebijaksanaan pendanaan yang dilaksanakan perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya margin laba operasi adalah :

1. Jumlah unit produk dan jasa yang dijual.
2. Rata-rata harga jual tiap unit produk dan jasa.
3. Beban manufaktur atau beban perolehan produk perusahaan.
4. Kemampuan dalam mengawasi beban umum dan administratif.
5. Kemampuan dalam mengawasi beban dalam memasarkan dan mendistribusikan produk perusahaan.

Perusahaan mendanai aktiva menggunakan dua pendekatan, yaitu :

1. Besarnya persentase hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dalam mendasari aktiva perusahaan yang sisanya pasti didanai dengan ekuitas pemegang saham.

2. Melihat laporan laba rugi, karena peminjaman dilakukan persyaratan minimum beban bunga yang harus dibayar perusahaan dengan memperhatikan tingkat laba operasi.

Jawaban apakah pemilik (pemegang saham) menerima pengembalian yang pantas atas investasinya adalah pendapatan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atau investasi ini lebih menarik jika dibandingkan dengan pengembalian bagi para pemilik perusahaan yang sejenis dalam industri yang sama.

Rasio-rasio keuangan hasil penilaian suatu perusahaan memberikan indikasi tentang kekuatan keuangan suatu perusahaan, namun rasio keuangan juga memiliki keterbatasan yang timbul dari kenyataan bahwa metodologinya pada dasar bersifat satu penyimpangan (uni variabel) artinya setiap rasio diuji secara terpisah.

B. Pengertian Piutang dan Kinerja Keuangan

a. Pengertian Piutang

Setiap transaksi jual beli barang atau jasa yang terjadi ada dua cara yang digunakan yaitu transaksi secara tunai (kas) dan secara kredit (angsuran). Transaksi jual beli yang dilakukan secara kredit akan menimbulkan dua perkiraan, yaitu utang dan piutang. Dimana utang dapat diartikan sebagai suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan baik dalam waktu yang singkat maupun dalam waktu yang panjang, sedangkan

piutang merupakan harta perusahaan yang masih harus ditagih. Dengan demikian maka setiap penjualan yang dilakukan dalam bentuk kredit suatu perusahaan akan melahirkan piutang.

Piutang adalah merupakan aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya kebijakan penjualan kredit. Kebijakan penjualan kredit ini merupakan kebijakan yang biasa dilakukan dalam dunia bisnis untuk merangsang minat para langganan. (Gitosudarmo dan Basri, 2002).

Piutang sebagai suatu bentuk investasi harus dapat memberikan kontribusinya kepada pencapaian laba investasi. Investasi yang berlebihan dalam bentuk piutang dapat mengurangi laba investasi, dikarenakan dana yang terikat dalam piutang tersebut tidak menghasilkan sesuatu atau terikat tanpa ada perlunya.

Untuk dapat mempertahankan langganan-langganan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik langganan-langganan baru, perusahaan pada umumnya melakukan penjualan secara kredit. Dengan demikian maka piutang itu timbul, karena adanya transaksi penjualan secara kredit oleh perusahaan kepada para langganannya. (Syamsuddin, 2002).

Piutang baru timbul setelah adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Penjualan yang dilakukan secara kredit tersebut tidak segera menghasilkan penerimaan kas secara tunai bagi pihak perusahaan penjual, tetapi hanya menimbulkan piutang yang memerlukan penagihan

setelah beberapa waktu kemudian pada masa jatuh tempo piutang tersebut. Piutang yang timbul sebagai akibat dari penjualan secara kredit atau dengan adanya penyerahan/pemberian prestasi terlebih dahulu, baik berupa jasa-jasa, uang ataupun barang lainnya, seperti pinjaman pada karyawan, pemberian pinjaman kepada perusahaan lain, serta penjualan barang atau jasa lainnya secara kredit . Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa piutang itu timbul dengan adanya kredit. Dari beberapa pengertian diatas yang dikemukakan para pakarnya dapat diketahui bahwa ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh jika suatu perusahaan menempuh strategi penjualan kredit seperti berikut ini :

1. Kenaikan hasil penjualan.
2. Kenaikan laba. Hal ini sebagai akibat dari kenaikan dalam hasil penjualan akan dapat menimbulkan kenaikan pada laba perusahaan.
3. Memenangkan persaingan. Dalam dunia bisnis saat ini maka hampir semua perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit. Oleh karena itu menjaga posisi perusahaan didalam persaingan maka haruslah dilakukan politik penjualan kredit tersebut, apabila tidak ingin merosot dalam posisi persaingan dipasar. Kebijakan penjualan kredit yang agresif akan dapat merangsang minat calon konsumen untuk memakai dan menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli, sehingga pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan pembayaran dikemudian hari.

Beberapa pengertian tentang piutang yang berkaitan dengan kredit, yakni :

1. Faktor-faktor penentu besarnya Piutang

Faktor-faktor penentu besarnya piutang dipengaruhi beberapa hal sebagai berikut: Dengan mengetahui faktor-faktor yang menentukan besarnya piutang akan sangat membantu perusahaan dalam mengambil langkah-langkah pengendalian piutang itu sendiri. Adapaun variabel-variabel penentu, piutang itu menjadi meningkat atau besar dan merupakan kebijaksanaan perusahaan, antara lain sebagai berikut :

a. Volume penjualan kredit

Makin besar jumlah penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah piutang dan sebaliknya makin kecil jumlah penjualan kredit dari keseluruhan piutang akan memperkecil jumlah piutang.

b. Syarat pembayaran bagi penjualan kredit

Semakin panjang batas waktu pembayaran kredit berarti semakin besar jumlah piutangnya dan sebaliknya semakin pendek batas waktu pembayaran kredit berarti semakin kecil besarnya piutang.

c. Ketentuan tentang batas volume penjualan kredit

Apabila batas maksimal volume penjualan kredit ditetapkan dalam jumlah yang relatif besar maka besarnya piutang juga semakin besar.

d. Kebiasaan membayar para pelanggan

Apabila kebiasaan membayar para pelanggan dari penjualan kredit mundur dari waktu yang dipersyaratkan maka besarnya jumlah piutang relatif besar.

e. Kegiatan penagihan piutang dari pihak perusahaan

Apabila kegiatan penagihan piutang dari perusahaan bersifat aktif dan pelanggan melunasinya maka besarnya jumlah piutang relatif kecil. Tetapi apabila kegiatan penagihan piutang bersifat pasif maka besarnya jumlah piutang relatif besar.

2. Biaya-biaya atas piutang

Dengan dilaksanakannya penjualan secara kredit yang kemudian menimbulkan piutang maka perusahaan sebenarnya tidak terlepas dari penanggungans resiko, berupa biaya. Biaya yang timbul akibat dari adanya piutang adalah :

a. Biaya Penghapusan piutang

Biaya penghapusan piutang/piutang ragu-ragu (bad debt) resiko terhadap tidak tertagihnya sejumlah tertentu dari piutang akan dimasukkan sebagai biaya bad debt atau piutang ragu-ragu yang nantinya akan diadakan penghapusan piutang. Oleh karena itu perlu diperhitungkan pada setiap periode.

b. Biaya Pengumpulan Piutang.

Dengan adanya piutang maka timbul kegiatan penagihan piutang yang akan mengeluarkan biaya disebut sebagai biaya pengumpulan piutang.

c. Biaya Administrasi

Terhadap piutang diperlukan kegiatan administrasi yang akan mengeluarkan biaya.

d. Biaya sumber dana

Dengan terjadinya piutang maka diperlukan dana dari dalam maupun dari luar perusahaan untuk menjagainya. Dana tersebut diperlukan biaya untuk sumber dana (weighted cost of capital).

b. Pengertian Kinerja Perusahaan

Kata kinerja adalah suatu istilah yang lebih populer digunakan oleh pengarang atau penerjemah buku manajemen keuangan atau lainnya daripada kata prestasi yang keduanya mempunyai maksud atau pengertian yang sama. Istilah kinerja adalah padanan bahasa Inggris dari kata "*performance*" menurut kamus besar Bahasa Indonesia (1999) kata Kinerja dan Prestasi berarti sesuatu atau hasil yang dicapai.

Penggunaan istilah kinerja biasanya digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Dalam melakukan penilaian kinerja keuangan suatu badan usaha telah banyak dilakukan untuk tujuan yang berbeda-beda, antara lain untuk memprediksi pertumbuhan laba,

deviden yang akan diberikan, menguji tingkat operasi, efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis, memprediksi kebangkrutan perusahaan, memprediksi resiko investasi, memprediksi perubahan kondisi keuangan, dan evaluasi kinerja keuangan untuk sistem peringatan dini (*early warning system*) atas kemunduran keuangan suatu perusahaan.

Lingkungan bisnis perusahaan sekarang ini berada pada abad perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, dimana suatu perusahaan tidak dapat memperoleh keunggulan bersaing, hanya dengan mengandalkan penerapan teknologi baru atau mengelola harta dan kewajiban finansialnya dengan baik, tetapi juga ditentukan kemampuan memanfaatkan aktiva tak berwujud yang dimilikinya, yaitu kemampuan untuk dapat berhasil dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks. Lingkungan bisnis perusahaan di era informasi ini memiliki *scorecard* atau karakteristik antara lain penggabungan antar fungsi, hubungan pada pelanggan dan pemasok, segmentasi pelanggan, skala global, inovasi, dan karyawan yang berkemampuan.

Interprestasi dan analisis terhadap perkembangan perusahaan dapat dilakukan baik oleh pihak intern maupun ekstern perusahaan diantaranya dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangan guna menilai kinerja keuangan perusahaan, karena salah satu sumber data dalam penilaian kinerja keuangan adalah laporan keuangan, baik itu laporan neraca, laporan rugi laba maupun laporan sumber dan penggunaan kas.

Dalam menganalisis kinerja keuangan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan memerlukan standar-standar untuk perbandingan. Pendekatan yang sering atau biasa digunakan adalah membandingkan rasio-rasio perusahaan dengan pola untuk industri atau dari usaha dimana perusahaan secara dominan beroperasi. Pendekatan ini didasarkan pada premis bahwa beberapa kekuatan ekonomi dan bisnis yang mendasar memaksa seluruh perusahaan dalam suatu industri untuk berperilaku serupa.

C. Pengendalian Intern

Secara umum, pengendalian intern dapat diartikan sebagai pengawasan atau pengendalian yang dilakukan oleh orang atau unit dalam lingkungan sendiri. Didalam buku auditing norma dan prosedur yang dikutip oleh Holmes dan burns (1983), bahwa oleh SAS (statement on Auditing Standars) memberikan defenisi tentang pengendalian intern, dikatakan bahwa pengendalian intern meliputi; rencana organisasi dan semua metode serta peraturan yang sederajat yang digunakan didalam perusahaan untuk menjaga kekayaannya, memeriksa kecermatan dan keandalan data akuntasinya, meningkatkan efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen. (Holmes dan Burns, 1983).

Berdasarkan definisi tersebut di atas, nampak jelas bahwa pengendalian intern bertujuan untuk :

1. Menjaga kekayaan dan catatan organisasi.

2. Memeriksa kecermatan dan keandalan data akuntansi.
3. Meningkatkan efisiensi dalam operasi.
4. Mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen.

Pengendalian intern merupakan suatu sistem dan metode yang diterapkan dalam perusahaan yang menghendaki agar pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan tidak menyimpang dari standar atau kebijakan yang telah ditetapkan. Dan jika terjadi penyimpangan, segera dilakukan perbaikan dengan demikian pengendalian dapat diartikan sebagai tindakan pengawasan dan tindakan koreksi.

D. Pengertian Kredit dan Pengendalian Piutang

1. Pengertian Kredit

Istilah kredit berasal dari bahasa Yunani yaitu " *credere* " yang berarti kepercayaan. Kredit tanpa kepercayaan tidak mungkin dapat terjadi. Dalam dunia perdagangan, kepercayaan dapat diberikan atau diterima dalam bentuk uang, barang dan jasa. Dalam dunia perdagangan pihak yang memberikan kredit disebut penjual, sedangkan pihak yang menerima kredit disebut pembeli.

Dalam dunia perbankan, kepercayaan dapat diberikan atau diterima dalam bentuk uang. Pihak-pihak yang berhubungan dalam transaksi kredit

adalah yang memberikan kredit yang biasanya berbentuk perseorangan maupun badan usaha atau badan hukum (PT, CV, Firma dan sebagainya).

Istilah yang biasanya digunakan dalam dunia perbankan untuk pemberian kredit disebut kreditur, sedangkan untuk penerima kredit disebut debitur. Kreditur mempercayai debitur untuk memberikan kredit, dalam hal ini berbentuk uang. Kreditur memberi kredit kepada debitur dengan harapan agar dikemudian hari debitur dapat memanfaatkan uangnya untuk dapat memenuhi kebutuhan yang lain atau dengan kata lain kreditur telah berkorban dengan uangnya itu dengan cara meminjamkan kepada pihak lain (debitur). Pengorbanan ini merupakan biaya, dan untuk menutup biaya yang timbul tersebut, maka kreditur menuntut prestasi dari debitur berupa bunga.

Berdasarkan dari uraian singkat di atas, dapatlah disimpulkan arti dari kredit, yaitu merupakan suatu pemberian prestasi oleh suatu pihak kepada pihak lain dan prestasi itu akan dikembalikan lagi pada waktu tertentu yang akan datang dengan disertai kontra prestasi berupa bunga.

Pengertian kredit sesuai Undang-Undang Pokok Perbankan No.2 Tahun 1992 yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang No.10 Tahun 1998, memberikan definisi sebagai berikut "Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan-tagihan yang dapat disamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak peminjam berkewajiban melunasi hutangnya, setelah

jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.”

Sedangkan pengertian kredit menurut Hale (1983) adalah : “Suatu prestasi yang diserahkan pada saat sekarang dengan harapan pada masa yang akan datang akan menerima kontra prestasi.”

Dengan demikian, untuk suatu persetujuan kredit diterima, maka harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Terdapat kedua belah pihak serta ada persetujuan pinjam meminjam antar kreditur dengan debitur.
- b. Mempunyai jangka waktu tertentu.
- c. Hak kreditur untuk menuntut dan memperoleh pembayaran serta kewajiban debitur untuk membayar prestasi yang diterima.

Salah satu faktor yang terpenting dalam pemberian kredit adalah kepercayaan, sebagai upaya untuk memperoleh kepercayaan tersebut haruslah sampai pada suatu keyakinan sejauh mana konsep penilaian kredit dapat terpenuhi dengan baik. Penilaian analisis kredit merupakan kegiatan untuk menilai keadaan calon debitur. Penilaian kredit sangat mempengaruhi kualitas portofolio kredit bank. Analisis kredit merupakan salah satu tahap dalam proses kegiatan perkreditan yang amat penting, yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan bank dalam usaha perkreditannya. Ini pulalah yang membedakan bank dengan rumah gadai. Menurut. Hale (1983)

menyatakan jika seorang bankir memberikan pinjaman kepada pribadi atau perusahaan, bankir tersebut membutuhkan analisis kredit untuk membantu menentukan resiko yang ada atau yang mungkin terlibat dari pinjaman yang diberikan. Berdasarkan uraian di atas, analisis kredit amat penting karena dapat digunakan untuk :

- a. Menentukan berbagai risiko yang akan dihadapi oleh bank dalam memberikan kredit kepada seseorang atau badan usaha.
- b. Mengantisipasi kemungkinan pelunasan kredit tersebut karena bank telah mengetahui kemampuan pelunasan melalui analisis *cashflow* usaha debitur
- c. Mengetahui jenis kredit, jumlah kredit dan jangka waktu kredit yang dibutuhkan oleh usaha debitur, sehingga bank dapat melakukan penyesuaian dengan struktur dana yang *ready for use* (melayani *lending demand*)
- d. Mengetahui kemampuan dan kemauan debitur untuk melunasi kreditnya, baik dari sumber pelunasan primer maupun sekunder.

Kepercayaan bank terhadap calon nasabah pada umumnya didasarkan atas keyakinan bank tentang pemenuhan prinsip perkreditan " 5 C" yang dikemukakan oleh Ross, Werterfield dan Jeffrey (1999) yaitu ;

- 1). *Character*. Keinginan nasabah untuk membayar atau memenuhi kewajiban kreditnya.

- 2). *Capicity*. Kemampuan nasabah untuk memenuhi kewajiban kreditnya yang diperoleh dari hasil usahanya.
- 3). *Capital*. Harta atau keuangan yang dimiliki nasabah
- 4). *Collateral*. Aktiva yang dapat dipergunakan untuk melunasi kredit apabila dari hasil usaha tidak mampu melunasi kreditnya.
- 5). *Conditions*. Keadaan perekonomian secara umum.

Selanjutnya menurut Henderson dan Maness (1989), pada dasarnya konsep 5C dijelaskan secara singkat sebagai berikut :

a. *Character* (watak)

Untuk mengetahui sifat-sifat positif/negatif dari para calon debitur sebagai manajemen/pemilik perusahaan, bank harus melakukan survei, studi dan riset terhadap tingkah laku, terutama sikap/tingkah laku mengenai kemauan dan tanggung jawab (*willingness and responsibility*) atas setiap kewajiban yang diperjanjikan. Perlu diketahui curriculum vitae, keterbukaan, kejujuran, ketekunan, kepribadian, efisiensi, tidak suka berjudi, kesabaran menghadapi sesuatu hal, konsultatif, sifat wirausaha dan sebagainya, sebagai pegangan moral calon debitur.

b. *Capacity* (kemampuan)

Merupakan gambaran mengenai kemampuan calon debitur untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya, kemampuan debitur untuk mencari dan mengkombinasikan resources yang terkait dengan bidang usaha, kemampuan memproduksi barang dan jasa yang dapat memenuhi

tuntutan kebutuhan konsumen/pasar. Disamping itu juga kemampuan mengantisipasi variabel dari cashflow usaha, sehingga cashflow tersebut dapat menjadi sumber pelunasan kredit yang utama pembayarannya sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan bersama.

c. *Capital* (modal)

Penilaian pada aspek ini diarahkan pada kondisi keuangan nasabah, yang terdiri dari aktiva lancar (*current assets*) yang tertanam dalam bisnis dikurangi dengan kewajiban lancar (*current liabilities*) disebut modal kerja (*working capital*) dan modal yang tertanam pada aktiva jangka panjang dan aktiva lain-lain. Analisis capital itu dimaksudkan untuk dapat menggambarkan struktur modal (*capital structure*) debitur, sehingga bank dapat melihat modal debitur sendiri yang tertanam pada bisnisnya dan berapa jumlah yang berasal dari pihak lain (kreditur dan *supplier*) agar tanggung jawabnya terhadap kredit dari bank proporsional. Bank harus mengetahui *debt to equity ratio*, yaitu besarnya seluruh hutang debitur dibandingkan dengan seluruh modal dan cadangan perusahaan serta likuiditas perusahaan (likuiditas, solvabilitas dan profita-bilitas).

d. *Collateral* (jaminan)

Collateral adalah jaminan kredit yang mempertinggi tingkat keyakinan bank bahwa debitur dengan bisnisnya mampu melunasi kredit, dimana

agunan merupakan jaminan tambahan jika bank menganggap aspek-aspek yang mendukung usaha lemah. Jaminan tambahan ini terlepas dari objek kredit dan dapat berupa kekayaan lain dari debitur atau jaminan pihak ketiga.

e. *Condition* (kondisi)

Kondisi yang mempersyaratkan adalah bahwa kegiatan usaha debitur mampu mengikuti fluktuasi ekonomi baik dalam negeri maupun luar negeri, dan usaha masih mempunyai prospek kedepan selama kredit masih dinikmati oleh debitur. Jika dapat lebih 3 tahun kedepan kegiatan bidang usaha masih layak dan prospektif.

Di samping konsep 5 C tersebut di atas Hendersondan dan Maness (1989) juga menambahkan apa yang disebut dengan kriteria " *5P Principles* " yaitu sebagai berikut :

a. *Porpose*

Ini merupakan penilaian terhadap maksud permohonan kredit dari calon debitur agar penggunaan jumlah atau jenis kredit tersebut terarah, aman dan produktif serta membawa manfaat bagi pengusaha, masyarakat, bank dan otorita moneter.

b. *People*

Penilaian yang harus dilakukan terhadap calon debitur antara lain mitra usahanya, orang/lembaga yang membackup debitur, *customer* dan

suppliers yang sangat penting dalam menunjang kegiatan usaha calon debitur.

c. *Protection*

Bilamana usaha debitur mengalami kegagalan, bank sudah harus terlindungi dengan baik dari kesulitan penyelesaian kreditnya, dan bank harus mempunyai alternatif penyelesaian dengan agunan yang dikuasai dan pengikatan yuridis sesuai ketentuan yang berlaku.

d. *Payment*

Penilaian juga harus dilakukan terhadap sumber-sumber pelunasan primer dan sekunder, sehingga peta pelunasan (*roadmap repayment*) dan kemungkinan penyelesaian kredit dapat dilaksanakan tanpa kesulitan. Ini berkaitan dengan cashflow perusahaan dan variabel yang mempengaruhinya, sehingga akan lebih jelas bagaimana posisi *cash in dan cash out*, yang menggambarkan apakah perusahaan mengalami likuiditas usaha atau tidak.

e. *Perspective*

Posisi usaha debitur pada waktu yang akan datang mampu mengikuti kondisi ekonomi, keuangan dan fiskal. Ini berarti merupakan proyeksi perbandingan risiko dan *cashflow* perusahaan.

2. Pengendalian Piutang

Pengendalian intern atas piutang, dimulai sebelum adanya persetujuan penerimaan barang atau jasa dan berakhir dengan adanya penerimaan hasil penjualan hasil penjualan berupa kas. Dengan demikian maka prosedur pengendalian piutang sangat erat kaitannya dengan penerimaan kas, dan piutang merupakan elemen modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja.

Karena resiko tidak tertagihnya suatu piutang adalah suatu kerugian bagi perusahaan, maka tindakan yang diambil manajemen melalui tiga bidang pengendalian yang umum, ketiga bidang dimaksud sebagaimana yang dikemukakan oleh Wilson (1986) meliputi :

1. Pemberian Kredit. Kebijaksanaan dan syarat penjualan harus tidak menghalangi penjualan pada pelanggan yang sehat keadaan keuangannya, dan juga tidak boleh menimbulkan kerugian yang besar karena adanya piutang yang berlebihan.
2. Penagihan. Apabila telah diberikan kredit, harus dilakukan usaha untuk memperoleh pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualan dalam waktu yang wajar.
3. Penetapan dan penyelenggaraan pengendalian intern yang layak. Meskipun Prosedur pemberian kredit dan penagihan telah diadministrasikan dengan baik atau dilakukan secara wajar, ini tidak menjamin ataupun memastikan, bahwa semua penyerahan menurut faktur

atau difaktur sebagaimana mestinya, kepada para pelanggan dan bahwa penerimaan memang benar-benar masuk kedalam rekening bank perusahaan . Harus diberlakukan suatu sistem pengendalian intern yang memadai. (Wilson, 1986)

Di dalam suatu perusahaan apabila penjualan sebagian besar dilakukan secara kredit, maka diperlukan adanya suatu fungsi atau bagian kredit yang dipimpin oleh seorang manajer kredit. Secara umum tugas bagi seorang manajer kredit adalah mendorong pengembangan suatu sistem penjualan kredit yang dapat memperbesar volume penjualan dan mencegah seminimal mungkin resiko tidak tertagihnya piutang.

Suatu alat ukur yang bersifat standar dalam mengukur efisiensi sistem pengendalian piutang, menurut Heckert dan Wilson seperti dikemukakan dalam bukunya *controllershship*, adalah sebagai berikut:

- b. Hubungan penjualan kredit dengan penjualan total digunakan untuk mengetahui pengaruh dari penjualan kredit terhadap volume penjualan selama periode tertentu.
- c. Hubungan kerugian piutang, sanksi, dengan penjualan kredit. Pengukuran ini menggambarkan kebijaksanaan penjualan kredit , longgar atau tidak. Kerugian yang besar menunjukkan kebijaksanaan kredit yang terlalu longgar.

- d. Prosentase penagihan yang menunjukkan hubungan antara jumlah piutang yang ditagih selama satu periode dengan saldo piutang pada awal periode.
- e. Umur rata-rata piutang menunjukkan hubungan antar waktu rata-rata peredaran piutang.
- f. Prosentase penunggakan, mengukur banyaknya debitur dalam jumlah piutang yang telah jatuh tempo.
- g. Prosentase penolakan, merupakan data yang menunjukkan proporsi permintaan kredit yang ditolak. (Wilson, 1986).

Standar-standar pengukuran tersebut mempunyai pengaruh langsung atas sistem pengendalian piutang, karena dapat menyediakan sarana kepada manajer kredit untuk memperbaiki pelaksanaannya, oleh karena itu tolak ukur ini menjadi sangat relevan, untuk digunakan sebagai metode analisis dalam membahas penelitian ini.

E . Pengelolaan Piutang

Di dalam kegiatan manajemen piutang mencakup berbagai hal sebagai berikut:

1. Perencanaan Jumlah dan pengumpulan piutang

Rencana jumlah piutang pada waktu yang akan datang disusun berdasarkan budget penjualan dengan memperhatikan persyaratan pembayaran yang ditawarkan perusahaan dan kebiasaan para pelanggan

membayar utangnya. Besarnya rencana piutang akan terpengaruh dari sejumlah resiko piutang berupa piutang yang tidak tertagih (piutang ragu-ragu) yang diestimasikan oleh pihak perusahaan.

Disamping besarnya piutang maka dengan memperhatikan kebiasaan para pelanggan membayar utangnya dapat direncanakan pengumpulan piutang pada saat tertentu pada waktu yang akan datang.

2. Pengendalian Piutang

Untuk melaksanakan pengendalian piutang secara ketat perlu dilaksanakan hal-hal:

a. Penyaringan Pelanggan. Untuk menekan serendah mungkin resiko kredit berupa tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para pembeli/pelanggan perlu diadakan penyaringan langganan kredit dengan mempertimbangkan berbagai faktor antara lain:

- (a) Adanya suatu kesanggupan secara jujur untuk membayar kredit yang telah diterima oleh pelanggan.
- (b) Adanya kemampuan pelanggan yang diukur secara subyektif oleh pihak perusahaan.
- (c) Adanya ikatan atau jaminan untuk keamanan dari resiko kredit baik berupa surat-surat penting maupun benda yang ada nilainya dari pelanggan yang diberi kredit.

Dengan syarat-syarat tersebut tidak semua pelanggan akan dapat dilayani penjualan kredit, tetapi setidaknya-tidaknya ada penyaringan sehingga

ada harapan pada waktu yang akan datang piutang-piutang yang terjadi akibat penjualan kredit dapat tertagih.

b. Penentuan Risiko kredit. Dari beberapa pengalaman tahun-tahun sebelumnya dapat ditentukan besarnya resiko kredit berupa tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan para langganan pada setiap periode tertentu. Sehingga merupakan informasi bagi manajemen keuangan untuk kemudian direncanakan penyediaan cadangan penghapusan piutang atau sekaligus diperhitungkan didalam rencana pengumpulan piutang pada setiap saat didalam satu periode.

c. Penentuan potongan-potongan. Dalam memberikan rangsangan bagi pelanggan, agar membayar pada waktu yang ditetapkan, maka perlu diberi potongan- potongan bagi pelanggan yang membayar pada batas tertentu yang ditetapkan.

Contoh:

Syarat pembayaran ; 2/30, net 30 dan ditambah biaya bila lebih dari 30 hari. Adapun maksudnya sebagai berikut:

Bagi pelanggan yang membayar kreditnya dalam waktu 20 hari dari pengenalan barang, diberi potongan 2 % dari besarnya beban kredit dan pembayaran sesudah 20 hari sampai selama-selamanya 30 hari tidak diberi potongan, tetapi bila lebih dari 30 hari diberikan biaya administrasi penagihan.

d. Pelaksanaan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit. Pada umumnya penagihan yang terlambat karena kelalaian dalam penyerahan faktur kepada langganan dan tertundanya pengiriman pemberitahuan, atau karena hal itu mungkin tidak dikerjakan sama sekali. Menurut pengalaman penulis adalah sangat biasa bahwa sahnya faktur-faktur baru dikirimkan beberapa minggu setelah penyerahan barang, jika kondisi seperti ini terjadi maka perusahaan tentu tidak punya harapan untuk menarik tagihan pada waktu yang semestinya diproses dan siap untuk dibayar.

Pada era komputer sekarang ini acapkali surat pemberitahuan itu berkurang nilainya karena dianggap sebagai sepucuk kertas yang berlebihan, tetapi berdasarkan pengalaman dalam penarikan piutang hal tersebut tidaklah benar. Surat pemberitahuan mempunyai dua fungsi yang berguna pertama, surat pemberitahuan tersebut menjamin bahwa rekening yang ada dalam buku milik perusahaan dan milik langganan selalu sesuai satu dengan yang lain, kedua surat ini merupakan langkah pertama dalam mendesak langganan agar membayar utangnya. Apabila langganan tidak membayar utangnya dalam jangka waktu kredit yang telah ditentukan maka harus ada tindak lanjut yang berlaku otomatis sampai utang itu dibayar. Surat pemberitahuan itu merupakan langkah pertama dalam proses ini yang kemudian harus diikuti terus menerus dengan surat menyurat, panggilan-panggilan telepon pribadi dan sebagainya. Sampai akhirnya piutang harus

diserahkan kepada pengacara atau badan-badan lain yang mengurus penarikan piutang.

F. Penyelamatan Piutang

Menurut ketentuan bank Indonesia sesuai Surat Edaran Nomor 11/3/UPK, tanggal 18 September 1978, ditinjau dari kemampuan nasabah bank sehubungan dengan kewajiban keuangannya kepada bank dalam arti pembayaran utang pokok dan bunga atau yang disebut *kolektibilitas*, maka debitur bank dapat dibedakan menjadi empat golongan, yaitu lancar, kurang lancar, diragukan, dan macet.

Debitur yang sudah dikategorikan diragukan dan macet perlu perhatian khusus dari pihak kreditur untuk mengadakan tindakan penyelamatan, upaya penyelamatan dilakukan bilamana kreditur melihat masih ada kemungkinan memperbaiki kondisi usaha dan keuangan debitur. Disamping itu harta jaminan yang dikuasai kreditur masih cukup besar nilainya, serta mudah dicairkan tanpa harus menurunkan harganya secara besar-besaran

1. Sikap para Debitur

Rasa tidak senang debitur terhadap kasus kredit bermasalah mereka akan lebih tampak apabila hubungan kerja sama bisnis mereka dengan bank telah terjalin lama. Dalam hal ini, mereka merasa khawatir kalau kasus kredit bermasalah itu tidak hanya akan mempengaruhi reputasi bisnis mereka melainkan juga reputasi relasi bisnis yang telah memperkenalkan mereka kepada bank.

Berikut ini disajikan beberapa bentuk khas reaksi debitur yang sering muncul dalam kasus kredit bermasalah :

a. Bersikap Defensif

Sikap defensif adalah salah satu bentuk reaksi spontan yang umum dilakukan oleh setiap makhluk Tuhan apabila mereka menghadapi bahaya, ancaman, serangan, problem atau sesuatu yang tidak menyenangkan. Oleh karena itu bank harus dapat memaklumi apabila debitur bersikap defensif pada saat diberi tahu bahwa karena perkembangan kondisi kegiatan usaha dan keuangan mereka yang kurang menguntungkan, mutu kredit yang mereka terima menurun. Oleh debitur pemberitahuan bank itu dapat diterjemahkan sebagai "*peringatan*", bahwa mereka harus menyiapkan dana untuk melunasi kredit. Dengan demikian mereka harus bersiap-siap untuk menghadapi kesulitan likuiditas keuangan, karena sebagian dana modal kerja mereka (yang mungkin jumlahnya sudah pas-pasaan) akan dikuras habis untuk melunasi kredit.

Untuk melunakkan sikap defensif itu, bank harus lebih hati-hati dalam mengajukan berbagai macam pertanyaan, terlebih lagi apabila pertanyaan tadi bersangkutan dengan penurunan prestasi usaha dan kondisi keuangan. Pertanyaan yang bernada menghakimi, menuduh atau mencurigai harus dihindari.

b. Heran dan terkejut

Heran atau terkejut adalah salah satu bentuk khas reaksi pertama debitur, apabila bank memberitahu bahwa mutu kredit yang mereka terima tidak dapat lagi memenuhi standar mutu yang ditentukan bank, reaksi tersebut terutama muncul apabila kredit bermasalah baru dalam tahap bentuk gejala, sehingga seringkali terjadi beda pendapat antara bank dan debitur. Bank yang bersikap hati-hati (*prudent approach*) akan melakukan tindakan preventif terhadap gejala penurunan dalam kegiatan usaha dan kondisi keuangan debitur mereka. Mereka tidak akan membiarkan penurunan kegiatan usaha dan kondisi keuangan debitur berkembang menjadi lebih parah sehingga membahayakan likuiditas perusahaan itu. Oleh karena itu mereka akan membicarakan hal tadi dengan debitur, serta mencarikan jalan keluar yang terbaik. Dilain pihak, bagi debitur yang telah bertahun-tahun mengalami pasang surutnya perkembangan kegiatan usaha dan kondisi keuangan perusahaan, penurunan kondisi kegiatan usaha dan keuangan bukan hal yang baru. Mereka telah seringkali mengalami hal tadi dan sering pula berhasil mengatasinya.

c. Sensitif

Ada kemungkinan debitur telah mengetahui kesulitan usaha dan likuiditas keuangan yang sedang dihadapi perusahaan mereka, jauh sebelum bank memberitahukan hal itu. Oleh karena kondisi

perusahaan yang suram itu, acapkali sebelum bank mendekati mereka untuk mebicarakan hal itu kondisi mental mereka sudah kalut. Mereka menjadi sensitif. Sikap mereka eksplosif, mudah tersinggung atau gampang marah. Dalam hal seperti itu, *account officer*, yang telah lama berhubungan dengan debitur, harus dapat menyimpulkan apakah debitur yang bersangkutan memang mempunyai sifat pemarah atau menjadi sensitif karena kondisi perusahaannya tidak menguntungkan. Bagaimana bank bersikap selanjutnya akan ditentukan dari kesimpulan tadi. Apabila sikap sensitif itu timbul karena kondisi perusahaan menurun, bank wajib meyakinkan debitur bahwa problem tadi bukan hanya problem mereka sendiri.

d. *Konfrontatif*

Sikap Konfrontatif hampir mirip dengan sikap defensif, yaitu tidak mau bekerja sama dengan bank untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi debitur. Perbedaan sikap Konfrontatif dengan defensif adalah dalam sikap Konfrontatif debitur mencoba mencari-cari kesalahan bank, sehingga mereka dapat memberikan pesan bahwa bank ikut bertanggung jawab atas timbulnya kesulitan yang sedang mereka hadapi. Sebagai contoh, apabila sebelum menurunnya kondisi keuangan perusahaan, bank pernah memberikan suatu saran, mereka akan mencoba mengaitkan saran tadi dengan kesulitan mereka.

e. *Menyerahkan penyelesaian masalah pada bank*

Sikap menyerah seribu kali muncul karena debitur telah merasa putus asa untuk memperbaiki kondisi kegiatan usaha maupun keuangan perusahaan mereka yang terpuruk. Sering kali sikap ini menjadi pilihan terbaik bagi debitur dan kreditur untuk menyelesaikan kasus kredit yang bermasalah yang mereka hadapi. Walaupun demikian, oleh karena kondisi perusahaan sudah terlalu parah, biasanya jumlah nilai harta yang dimiliki debitur (termasuk harta jaminan) tidak cukup untuk menutup jumlah saldo kredit dan bunga yang tertunggak. Dalam keadaan seperti itu, pilihan terbaik bagi bank adalah bersedia menanggung kerugian dengan jalan hanya menerima pembayaran kembali sebagian dari jumlah kredit dan bunga yang tertunggak.

2. Rencana dan Strategi Penyelamatan Kredit

Untuk melaksanakan tugas penyelamatan kredit dengan baik, bank wajib menyusun rencana kerja secara professional. Sasaran upaya penyelamatan upaya yang akan dilakukan perlu diformulasikan dengan jelas, kemudian disusun strategi untuk mencapai sasaran tersebut. Disamping itu, bank harus sadar bahwa pada kenyataannya penyelesaian sebagian besar kasus kredit bermasalah yang pernah terjadi di Negara manapun membutuhkan waktu yang cukup lama dan sering kali juga memakan biaya yang tinggi.

a. *Sasaran yang ingin dicapai*

Sasaran jangka pendek rencana penyelamatan kredit bermasalah adalah memperkuat posisi tawar menawar bank terhadap debitur. Hal itu diperlukan karena dalam hampir semua kasus kredit bermasalah bank berada pada posisi yang kurang menguntungkan. Dalam kasus kredit bermasalah, sebagian atau seluruh dana kredit telah ditarik debitur, sedangkan gambaran tentang kepastian pengembalian kredit itu tidak menentu.

Sasaran jangka menengah yang ingin dicapai bank adalah dalam jangka waktu yang wajar bank berhasil menarik kembali saldo kredit dan bunga yang terutang debitur sebanyak mungkin. Kondisi ideal yang diinginkan bank dan debitur adalah dana pelunasan kredit itu nantinya diperoleh debitur dari sumber dana intern mereka tanpa harus menjual harta operasional dan tidak mengganggu jalannya operasi perusahaan.

Bank juga wajib menilai apakah pada masa yang akan datang perusahaan debitur dapat beroperasi secara menguntungkan dan mampu memperbaiki likuiditas keuangannya. Hanya bila likuiditas keuangan mereka sehat kembali, debitur dapat diharapkan mampu melunasi utang-utangnya.

b. Strategi untuk mencapai sasaran

Ada tiga hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai sasaran dalam menyusun strategi penyelamatan kredit :

1. Cara penerapan strategi itu nantinya harus fleksibel. Hal itu diperlukan karena selama proses penyelamatan kredit seringkali terjadi perubahan, baik yang bersifat mendukung keberhasilan upaya bank, maupun yang lebih memperparah keadaan.
2. Pelaksanaan strategi penyelamatan harus dimonitor terus menerus. Bank wajib mengevaluasi apakah strategi tersebut masih sesuai dengan perkembangan kondisi perusahaan debitur, termasuk kegiatan usaha, keuangan dan manajemen mereka. Untuk mempermudah tugas itu, diperlukan adanya laporan berkala tentang perkembangan mutu kredit dari eksekutif bank atau tim eksekutif yang ditugaskan menangani kasus. Bilamana terjadi perubahan yang berarti, bank hendaknya mengadakan peninjauan kembali strategi penyelamatan kredit yang telah dijalankan, bilamana perlu diadakan revisi.
3. Semua rencana, keputusan, dan hasil sementara yang dicapai selama proses penyelamatan kredit hendaknya dituangkan dalam bentuk dokumen tertulis, kalau perlu dilegalisasi di depan notaris.

3. Organisasi pelaksana upaya penyelamatan

Dikalangan pakar manajemen perbankan, hingga dewasa ini belum terdapat persamaan pendapat tentang bagaimana bank mengorganisir pelaksanaan upaya penyelamatan kredit bermasalah. Disamping itu, belum terdapat persamaan pendapat tentang siapa yang paling tepat melaksanakan tugas itu. Hingga dewasa ini terdapat tiga macam pendapat pendapat tentang hal tersebut. Pendapat pertama mengatakan segogyanya Account Officer yang menangani kredit bermasalah tersebut sejak pakar analisis kredit melaksanakan upaya penyelamatan. Pendapat lain menyatakan, karena untuk melaksanakan upaya penyelamatan kredit dengan baik diperlukan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman khusus, maka bank perlu membentuk satu kesatuan eksekutif khusus untuk menangani tugas itu. Pendapat menyatakan bahwa bagaimana bank akan mengorganisir upaya penyelamatan kredit bermasalah, dan siapa yang dianggap paling tepat untuk melaksanakannya akan ditentukan oleh kondisi masalah yang sedang dihadapi.

a. Account Officer

Dalam organisasi bank *account officer* adalah karyawan bank yang paling banyak pengetahuannya tentang kredit yang bermasalah, debitemnya, dan perusahaan mereka. Hal itu akan lebih terasa lagi apabila mereka juga yang melakukan analisis kredit, pada saat permintaan kredit itu diajukan. Sejak kredit diberikan, *account officer*

diberi tugas oleh pimpinan bank untuk memonitor perkembangan mutu kredit. Mereka adalah petugas utama bank yang ditugaskan menyusun laporan, pendapat dan saran serta bebbagai macam data dan informasi penting yang bersangkutan dengan kredit, debitur, dan perusahaan debitur untuk bahan masukan arsip dokumen kredit.

Salah satu kelemahan penugasan *account officer* untuk melaksanakan upaya penyelamatan kredit adalah faktor keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mereka dalam bidang penanganan kredit bermasalah. Selain itu adanya kemungkinan timbul reaksi emosional mereka terhadap kasus yang sedang ditangani. Reaksi seperti itu bisa menjadi penghalang upaya bank menyelamatkan kredit.

b. Satuan Eksekutif Sebagai Pelaksana

Upaya penyelamatan kredit bermasalah membutuhkan hari dan jam kerja yang panjang. Selam hari kerja itu mereka, yang ditugaskan menjalankan pekerjaan ini akan melaukan banyak kegiatan yang menuntut konsentrasi waktu, tenaga dan fikiran. Disamping itu upaya penyelamatan kredit bermasalah menuntut berbagai macam keahlian, pengalaman dan keterampilan yang biasanya tidak dapat dipenuhi hanya oleh satu orang eksekutif. Untuk mengumpulkan keahlian , pengalaman dan keterampilan tersebut sedapat mungkin bank membentuk satu tim pelaksana, yang anggotanya terdiri dari dari

gabungan beberapa eksekutif dan pakar. Dalam kasus kredit besar bermasalah, tidak jarang beberapa orang diantara anggota tim itu harus didatangkan dari luar bank.

Dalam bukunya *Managing Problem Loans* yang diterbitkan oleh Bank Administration Institute, Rolling Meadows, Illionis, USA, 1992, Michael Groves FCA mengutarakan agar dapat melaksanakan upaya penyelamatan kredit bermasalah dengan baik, para pelaksananya dituntut memiliki kualifikasi berikut :

- 1) Pengetahuan tentang kebijaksanaan pokok pemberian kredit yang digariskan bank yang bersangkutan, termasuk pedoman umum penanganan kredit bermasalah mereka.
- 2) Kemampuan mengambil keputusan secara cepat dan tepat
- 3) Daya analisis yang tajam
- 4) Kemampuan bernegosiasi
- 5) Kemampaun berkomunikasi
- 6) Pengalaman dalam bidang perkreditan
- 7) Kemampuan manajemen

Disamping pengetahuan dan kemampuan tersebut diatas, para pelaksana upaya penyelamatan kredit harus mempunyai pengetahuan dasar tentang hukum perdata dan peraturan perbankan.

4. Upaya Penyelamatan

Jika bank telah memutuskan untuk melakukan tindakan penyelamatan (*rescue*), tentu saja tergantung dari kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, maka pilihan tindakan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

a. *Rescheduling*

Kebijaksanaan ini berkaitan dengan jangka waktu kredit sehingga keringanan yang dapat diberikan adalah :

1. Memperpanjang jangka waktu kredit.
2. Memperpanjang jangka waktu angsuran, misalnya semula angsuran ditetapkan setiap 3 bulan, kemudian menjadi 6 bulan.
3. Penurunan jumlah untuk setiap angsuran yang mengakibatkan perpanjangan jangka waktu kredit.

b. *Reconditioning*

Dalam hal ini bantuan yang diberikan adalah berupa keringanan atau perubahan persyaratan kredit, antara lain :

- 1). Kapitalisasi bunga, yaitu bunga dijadikan utang pokok sehingga nasabah untuk waktu tertentu tidak perlu membayar bunga tetapi nanti utang pokoknya dapat melebihi plafon yang disetujui.
- 2). Penundaan pembayaran bunga, yaitu bunga tetap dihitung, tetapi penagihan atau pembebanannya kepada nasabah tidak dilaksanakan sampai nasabah mempunyai kesanggupan.

- 3). Penurunan suku bunga, yaitu dalam hal nasabah dinilai masih mampu membayar bunga pada waktunya, tetapi suku bunga yang dikenakan terlalu tinggi untuk tingkat aktivitas dan hasil usaha pada waktu itu.
- 4). Pembebasan bunga, yaitu dalam hal nasabah memang dinilai tidak sanggup membayar bunga karena usaha nasabah hanya mencapai tingkat kembali pokok (break even). Pembebasan bunga ini dapat untuk sementara, selamanya ataupun seluruh utang bunga.
- 5). Pengkonversian kredit jangka pendek menjadi kredit jangka panjang dengan syarat yang lebih ringan.

c. *Restructuring*

Tindakan yang dapat diambil dalam rangka *Restructuring* adalah :

1. Tambahan Kredit (*Injection/Nursery Operation*)

Apabila nasabah kekurangan modal kerja, maka perlu dipertimbangkan penanaman modal kerja, demikian juga dalam hal investasi, baik perluasan maupun tambahan investasi.

2. Tambahan Equity

Apabila tambahan kredit memberatkan nasabah, sehubungan dengan pembayaran bunganya, maka perlu dipertimbangkan tambahan modal sendiri yang berupa :

- a. Tambahan modal dari pihak bank dengan cara :

- (i) Penambahan/ penyetoran uang (fresh money)
- (ii) Konversi utang nasabah, baik utang bunga, utang pokok atau keduanya.

b. Tambahan dari pemilik.

Kalau bentuk perusahaannya adalah PT, maka tambahan modal ini dapat berasal dari pemegang saham maupun pemegang saham baru atau kedua-duanya.

d. *Kombinasi*

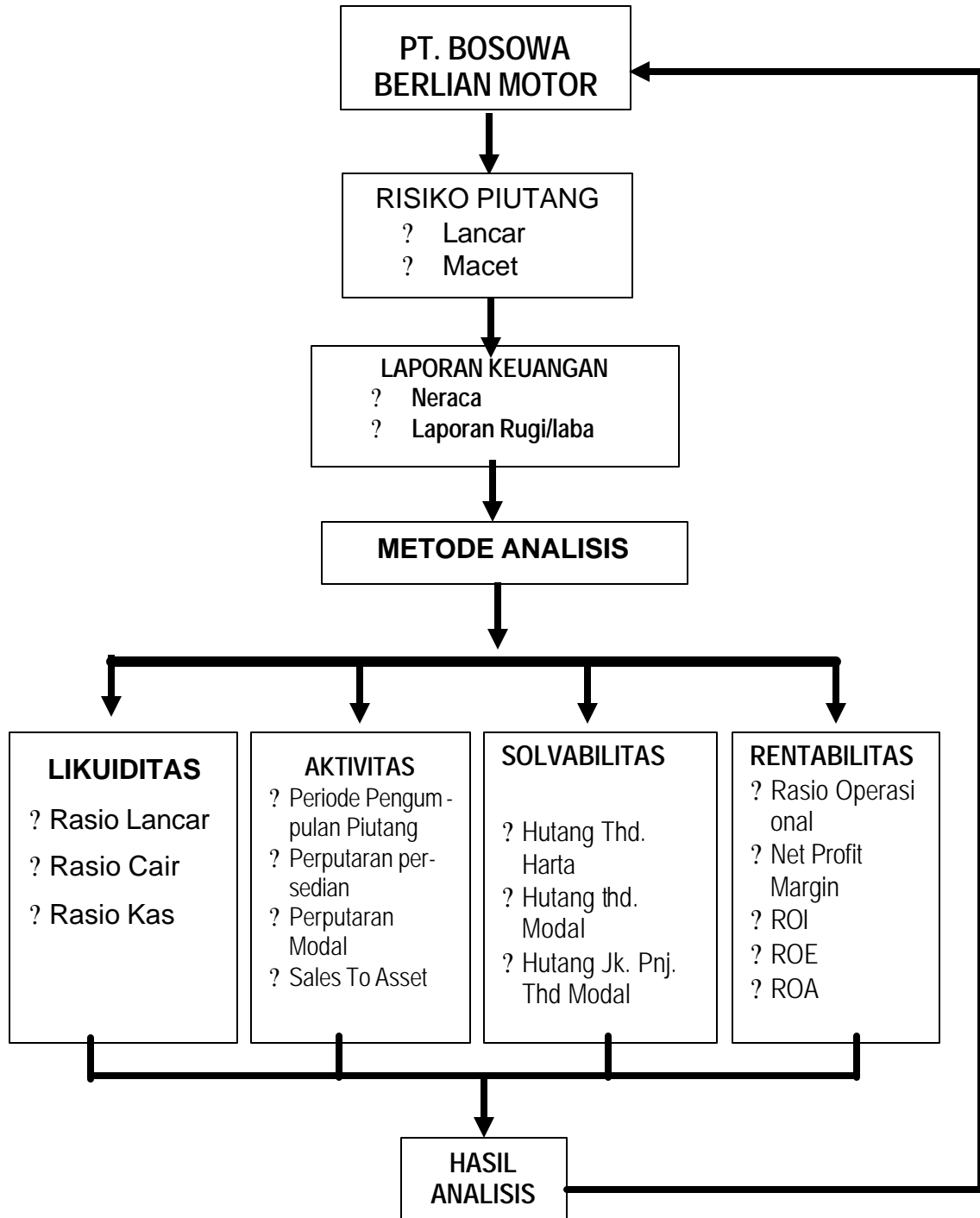
Tindakan penyelamatan dapat juga merupakan kombinasi, misalnya *rescheduling* dengan *reconditioning*, *rescheduling* dengan *Restructuring*, dan *reconditioning* dengan *restructuring* serta gabungan dari *rescheduling*, *reconditioning*, dan *restructuring*.

G. Kerangka Pikir

Dasar pemikiran dari penelitian ini dilandasi bahwa begitu besar penerimaan piutang yang terjadi setiap bulannya, sehingga sangat berpengaruh pada likuiditas perusahaan. Penelitian ini diawali dari laporan PT Bosowa Berlian Motor baik tentang penjualan maupun laporan keuangan konsolidasi perusahaan atas pengelolaan 34 cabang di Indonesia bagian timur .

PT Bosowa Berlian Motor adalah merupakan dealer resmi Mitsubishi di Indonesia bagian timur yang masih menjalankan fungsinya, sebagai penyalur kendaraan Mitsubishi dan juga menyalurkan kredit dalam bentuk kendaraan, fungsi ini tentu ikut berperan dalam percepatan pembangunan dikawasan khususnya dalam bidang transportasi. Peran serta PT Bosowa Berlian Motor tentu diharapkan dapat membantu adanya segmen pasar yang tidak tidak bisa terlayani dari pihak perbankan karena soal administrasi, uang muka dan sebagainya, sehingga kebijakan diperlukan dalam pelayanan yang maksimal. Adanya kebijakan-kebijakan yang timbul dalam setiap penyaluran kredit akan mempengaruhi kinerja keuangan, maka dibutuhkan suatu analisis untuk mengetahui sampai sejauh mana gambaran yang jelas tentang faktor-faktor penghambat atau penyebab menurunnya kinerja keuangan, untuk dijadikan sebagai dasar dalam penelitian ini

GAMBAR : KERANGKA PEMIKIRAN



H. Hipotesis

Sesuai dengan latar belakang masalah, tujuan penulisan, dalam bahasan diawal tulisan ini maka, dapat dikemukakan bahwa peningkatan penjualan kredit tentu berdampak pada peningkatan penerimaan piutang, akan tetapi kenyataannya bahwa tidaklah selalu demikian karena terkadang terjadi *variance* penerimaan dengan target piutang, maka hipotesis yang diajukan adalah :

- 1. Diduga bahwa kebijakan piutang mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor belum efektif.***
- 2. Diduga bahwa Penurunan kinerja PT. Bosowa Berlian Motor Tahun 2000 - 2004 disebabkan karena tingginya piutang macet".***

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Atas berbagai macam pertimbangan, seperti aspek waktu, biaya dan kemudahan lainnya untuk memperoleh data penelitian, maka dilakukan penelitian pada kantor PT. Bosowa Berlian Motor di Makassar, sebagai kantor Pusat, yang berlokasi di jalan Urip Sumoharjo No 266, dalam kurun waktu pengambilan data antar bulan Agustus 2004 - Januari 2005

B. Metode Pengambilan Data

Sumber data dapat untuk penelitian ini diperoleh melalui dengan dua cara :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Pertama-tama penulis melakukan penelitian pustaka sebelum melakukan penelitian ke lapangan untuk mempelajari teori-teori dan norma-norma tentang kebijakan penjualan secara kredit serta standar-standar kebijakan suatu penjualan kredit yang berkaitan dengan penulisan ini.

2. Penelitian lapangan (*Field Resarch*)

Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh data sesuai kebutuhan yang bisa berbentuk data kualitatif maupun kuantitatif atas wawancara dengan manajemen dan melalui laporan baik secara periodik maupun secara kontinyu yang dihasilkan perusahaan selama ini.

C. Jenis dan sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer (*primary data*) yaitu data yang diperoleh dari perusahaan melalui hasil wawancara dan jawaban tertulis dari daftar pertanyaan yang diajukan.

Selain itu juga digunakan data sekunder yang diperoleh secara langsung dari laporan-laporan PT. Bosowa Berlian Motor berupa *Management Information System (MIS)* yang diterbitkan secara periodik dan Laporan Tahunan (*Annual Report*) yang telah dipublikasikan. Data sekunder yang berupa Laporan Keuangan (Neraca dan Perhitungan Laba Rugi serta cash flow) bersumber dari data hasil olahan PT. Bosowa Berlian Motor yang telah digunakan dalam pengelolaan keuangan.

Baik data primer maupun data sekunder tersebut yang menjadi obyek penelitian laporan keuangan yang telah di audit (*audited report*).

D. Metode Analisis

Adapun metode analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis, yakni metode kuantitatif dan kualitatif deskriptif, dimana model analisis yang digunakan untuk sampai pada tahapan pengukuran rasio perusahaan berdasarkan penilaian terhadap indikator kinerja perusahaan meliputi analisa rasio keuangan ini dibuat setelah diperoleh proyeksi rugi/laba dan proyeksi neraca perusahaan. Adapun analisa rasio keuangan yang dimaksud adalah :

1) *Rasio Likuiditas*, Rasio ini dipergunakan untuk menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek. Dari rasio-rasio ini dapat diperoleh *cash solvency* dari perusahaan dan kemampuannya untuk tetap *sovent*.

Pada dasarnya yang dilakukan untuk melihat rasio likuiditas ini adalah dengan membandingkan kewajiban jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek untuk memenuhi kewajiban-kewajiban tersebut.

Rasio yang digunakan untuk mengukur rasio likuiditas meliputi :

$$\text{a. Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

$$\text{b. Rasio Cair} = \frac{\text{Kas} + \text{Surat Berharga} + \text{Piutang}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

Kas

$$c. \text{ Rasio Kas} = \frac{\text{Kas}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

2) *Rasio Aktivitas Usaha*, yaitu rasio yang dipergunakan untuk mengukur tingkat efektifitas kegiatan usaha sehari-hari dalam pemanfaatan sumber daya perusahaan yang dimiliki.

Rasio-rasio yang dipergunakan untuk mengukur rasio aktifitas usaha meliputi :

$$a. \text{ Periode Pengumpulan Piutang} = \frac{\text{Total Piutang Usaha}}{\text{Total Pendapatan Usaha}} \times 365 \text{ Hari}$$

$$b. \text{ Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Pendapatan Usaha}} \times 365 \text{ Hari}$$

$$c. \text{ Perputaran Modal} = \frac{\text{Pendapatan usaha}}{\text{Jumlah Modal}} \times 100\%$$

3) *Rasio Solvabilitas* (Kondisi keuangan Jangka Panjang), bertujuan untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dari hutang.

Rasio-rasio yang dipergunakan untuk mengukur rasio keuangan jangka panjang adalah :

Utang

$$a. \text{ Rasio Utang terhadap Harta} = \frac{\text{Utang}}{\text{Harta}} \times 100\%$$

$$b. \text{ Rasio Utang terhadap Modal} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$c. \text{ Rasio Utang Jangka Panjang terhadap Modal} =$$

$$\frac{\text{Total Utang Jangka Panjang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

4) *Rasio Rentabilitas* (hasil Usaha), rasio ini terdiri dari dua tipe yaitu profitabilitas yang berkaitan dengan laba usaha serta profitabilitas yang berkaitan dengan investasi. Kedua ukuran profitabilitas tersebut menunjukkan efisiensi operasi perusahaan.

Rasio-rasio yang dipergunakan untuk mengukur rentabilitas (hasil usaha)

adalah :

$$a. \text{ Rasio Operasi} = \frac{\text{Biaya Usaha}}{\text{Pendapatan Usaha}} \times 100\%$$

$$b. \text{ Rasio Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

$$c. \text{ Rasio Imbal Hasil Investasi (ROI)} = \frac{\text{EBIT} - \text{Penyusutan}}{\text{Capital Employed}} \times 100\%$$

$$d. \text{ Rasio Imbal Hasil Modal Sendiri (ROE)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

$$e. \text{ Rasio Imbal Hasil Jumlah Aktiva (ROA)} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel berdasarkan kerangka pikir penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Kebijakan Piutang mobil yang dimaksud adalah suatu program yang diproyeksikan dari tujuan-tujuan, nilai-nilai dan praktika-praktika. Atau dapat dikatakan kebijakan piutang mobil adalah suatu keputusan yang teguh yang disifati oleh adanya perilaku yang konsisten dan pengulangan pada bagian dari keduanya yakni bagi perusahaan dan bagi orang-orang yang melaksanakannya.
2. Risiko Piutang, adalah akibat yang ditimbulkan Dari adanya kebijakan piutang mobil yang harus ditanggung perusahaan, berupa macet atau lancar.
3. Laporan Keuangan adalah, suatu yang meliputi laporan neraca, perhitungan rugi/laba dan laporan perubahan modal serta catatan atas laporan keuangan tersebut, dengan tujuan untuk agar lebih jelas

menggambarkan sifat dan perkembangan yang dialami perusahaan dari waktu ke waktu

4. Rasio Keuangan adalah Alat yang digunakan untuk menilai kondisi dan kinerja keuangan perusahaan adalah hasil rasio keuangan. Analisis keuangan menggunakan rasio-rasio tersebut dilakukan melalui kombinasi data yang akan memberikan pandangan mendalam tentang kesehatan perusahaan, yaitu kondisi keuangan dan laba. Selain itu dapat juga digunakan analisa risiko bisnis perusahaan yang berhubungan dengan risiko operasi perusahaan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penulisan karya tulis utama ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

- Bab I merupakan bab pendahuluan, yang memuat latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.
- Bab II mengemukakan tentang landasan teori yang terdiri atas pengertian piutang dan kinerja keuangan, sistem dan prosedur, pengendalian intern, pengelolaan piutang, kerangka pikir, dan hipotesis.

- Bab III menyajikan tentang metodologi penelitian yang berisi mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis dan metode pengumpulan data, metode analisis, dan sistematika pembahasan.
- Bab IV mengemukakan tentang gambaran umum perusahaan yang memuat sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, sumber daya manusia, dan kegiatan atau operasi bisnis yang dijalankan.
- Bab V merupakan bab penutup yang mengemukakan tentang simpulan dan saran.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat PT Bosowa Berlian Motor

Perusahaan ini didirikan pada tanggal 22 Februari 1973 berdasarkan akte Notaris nomor 6 yang dibuat dihadapan notaris Prof.Teng Tjung Leng, SH di Makassar dengan nama CV Moneter.

Namun pada tanggal 6 April 1978 dihadapan Notaris Hasan Zaini,SH Perusahaan ini berubah namanya menjadi PT Moneter Motor . Pada tanggal 9 Desember 1978 berdasarkan perubahan nomor 26 telah memperoleh status badan hukum yang disahkan oleh Menteri Kehakiman Nomor Y.A 5/162/17.

Perseroan Terbatas PT Moneter Motor didirikan sebagai dealer kendaraan Datsun dan Nissan yang pada awal operasinya berkembang cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan didirikannya cabang di Pare-Pare dan Bulukumba. Namun setelah beroperasi kurang lebih setahun perusahaan ini mengalami hambatan dalam memasarkan produknya. Dan selanjutnya dari proses perjalanan yang semakin menurun, pemegang saham mengadakan rapat dengan menghasi keputusan untuk membekukan perusahaan tersebut.

Sehubungan dengan dibekukannya perusahaan tersebut, maka pemegang saham sepakat untuk merubah nama perusahaan dari PT. Moneter Motor menjadi PT. Bosowa Berlian Motor dihadapan notaris Hasan Zaini, SH, di Makassar dengan akte perubahan nomor 28/1980, dengan alamat Jalan Gunung Bawakaraeng nomor 138 Ujung Pandang. Produk yang dipasarkan oleh perusahaan bukan lagi mobil Datsun dan Nissan, tetapi berubah menjadi mobil merek Mitsubishi hingga sekarang.

Berdasarkan dari pengalaman perusahaan yang gagal memasarkan kendaraan merek Datsun dan Nissan, maka dalam memasarkan kendaraan merek Mitsubishi PT. Bosowa Berlian Motor di setiap kantor cabangnya dilengkapi dengan fasilitas bengkel dan penyediaan suku cadang sehingga memudahkan pihak nasabah memperbaiki kendaraannya.

Sebagai wujud dan keseriusan PT. Bosowa Berlian Motor dalam memasarkan kendaraan merek Mitsubishi, PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors (KTB) Jakarta sebagai agen tunggal pemegang merek Mitsubishi di Indonesia telah memberikan penunjukan sebagai dealer resmi kendaraan merek Mitsubishi di Indonesia Bagian Timur dengan Surat Penunjukan nomor JKT/MJ4824/80 tanggal 10 Desember 1980.

Berbagai kemajuan yang dicapai oleh PT. Bosowa Berlian Motor dalam memasarkan kendaraan merek Mitsubishi. Hal tersebut dapat dilihat dengan pembukaan beberapa kantor perwakilan pada tingkat kabupaten. Selanjutnya pada tanggal 1 Januari 1986, PT. Bosowa Berlian Motor telah

memiliki kantor sendiri yang beralamat di Jalan Urip Sumoharjo nomor 188 Makassar.

Dalam akte pendirian perusahaan dijelaskan ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi :

1. Perdagangan mobil, motor, suku cadang (spare parts) dan kendaraan bermotor lainnya.
2. Perbengkelan dan pemeliharaan kendaraan bermotor.
3. Perencanaan dan pembangunan jalan raya, irigasi, jembatan dan teknik umum lainnya.
4. Pertanian, peternakan dan perikanan.

2. Struktur Organisasi perusahaan

Dalam menunjang suksesnya suatu perusahaan, maka salah satu syarat yang harus dipenuhi adalah adanya bentuk organisasi yang tersusun dengan baik yang disertai dengan pembagian tugas dan tanggung jawab serta kewenangan yang jelas kepada karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

Tanpa adanya struktur organisasi yang jelas dapat mengakibatkan kesimpangsiuran dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Struktur organisasi yang dipakai oleh PT. Bosowa Berlian Motor adalah struktur organisasi yang berbentuk garis dan staf. Pimpinan perusahaan dalam

menjalankan tugasnya mengelola perusahaan dibantu oleh pejabat dan staf masing-masing

struktur organisasi PT. Bosowa Berlian Motor Makassar dapat dilihat pada lampiran.

Adapun penjelasan secara umum dari struktur organisasi tersebut di atas adalah sebagai berikut :

1. Presiden Direktur

Presiden direktur membawahi seluruh anak perusahaan dalam lingkungan Bosowa Group, demikian pula halnya untuk PT. Bosowa Berlian Motor. Presiden direktur tidak terlibat dalam kegiatan operasional perusahaan akan tetapi hanya menentukan garis-garis besar kebijaksanaan perusahaan. Presiden Direktur memberikan pengarahan pada rapat kerja satu tahun yang akan datang.

2. Vice President Direktur Divisi Otomotif

PT. Bosowa Berlian Motor adalah merupakan perusahaan yang berada dalam Divisi Otomotif. Dalam upaya untuk meningkatkan kinerja organisasi Bosowa Group, maka dari 25 (dua puluh lima) perusahaan dikelompokkan dalam 5 (lima) divisi dan salah satu diantaranya adalah divisi otomotif. Penanggung jawab divisi dijabat oleh Vice Presiden Direktur yang merupakan perpanjangan tangan dari presiden direktur untuk berkonsultasi secara lebih detail dengan direksi masing-masing perusahaan. Dalam operasionalnya Vice Presiden Direktur terkadang

hanya memanggil Direktur PT. Bosowa Berlian Motor untuk menanyakan sesuatu hal tetapi terkadang juga didampingi oleh Direktur Keuangan dan Direktur Pemasaran. Tugas rutin dari Vice Presiden Direktur Otomotif adalah melaporkan kegiatan perusahaan dalam divisinya kepada Presiden Direktur. Dalam situasi tertentu terkadang Vice Presiden Direktur mengadakan rapat dengan melibatkan Manager dan Kepala Bagian. Kondisi seperti ini biasanya terjadi jika ada kebijaksanaan baru yang akan ditetapkan.

3. Direktur

Penanggung jawab operasional PT. Bosowa Berlian Motor adalah Direktur. Dalam menjalankan tugasnya Direktur dibantu oleh Direktur Keuangan dan Direktur Pemasaran. Garis-garis besar kebijaksanaan perusahaan yang akan dilaksanakan dalam kurun waktu satu tahun yang dipresentasikan pada rapat kerja tahunan dibuat oleh Direktur. Dalam menjalankan garis-garis kebijaksanaan perusahaan Direktur bertanggung jawab kepada Vice Presiden Direktur. Dengan ruang lingkup tugas yang cukup luas dimana seorang Direktur mempertanggungjawabkan seluruh aktifitas perusahaan, maka dalam operasionalnya kegiatan yang bersifat koordinasi internal lebih banyak didelegasikan kepada Direktur Pemasaran dan Direktur Keuangan, sedangkan koordinasi eksternal yang mewakili perusahaan keluar lebih banyak dilaksanakan oleh Direktur. Beberapa tugas yang sifatnya koordinasi eksternal dilaksanakan oleh

Direktur adalah hubungan dengan Bank dan lembaga keuangan non Bank, hubungan dengan instansi pemerintah seperti departemen perhubungan, kepolisian, pemerintah daerah, organda dan lain sebagainya. Demikian pula dengan koordinasi rutin bulanan yang dilaksanakan oleh PT. KTB Jakarta adalah menjadi salah satu tugas utama dari Direktur.

4. Direktur Keuangan

Dalam melaksanakan tugasnya Direktur Keuangan dibantu oleh tiga manager yaitu :

- a. Manager Accounting
- b. Manager Keuangan
- c. Manager Anggaran/Control

Jadi tugas utama dari Direktur Keuangan adalah mengkoordinasi dan mengendalikan bagian-bagian dalam lingkungan keuangan, accounting dan anggaran/control dengan penjabaran tugas sebagai berikut :

- Menyelenggarakan administrasi, pembukuan, penagihan dan pengendalian penjualan kredit.
- Bertanggung jawab terhadap pengeluaran dan pemasukan uang.
- Menyelenggarakan administrasi perusahaan secara keseluruhan dan menyusun laporan keuangan perusahaan secara periodik sesuai dengan sistem yang ditentukan.
- Menyelenggarakan pengurusan pajak-pajak dan asuransi aktiva tetap.

- Bertindak sebagai bendaharawan khususnya untuk menyimpan uang di kas perusahaan maupun di Bank.

Selain tugas Direktur Keuangan tersebut di atas, masih terdapat beberapa bagian yang di bawah koordinasi Direktur Keuangan yaitu bagian pembukuan, kasir, leasing/KUK, penagihan dan perpajakan. Namun demikian bagian-bagian tersebut di bawah koordinasi para manager yang dalam struktur organisasi ini tidak dinampakkan secara detail.

5. Direktur Pemasaran

Dalam melaksanakan tugasnya Direktur Pemasaran dibantu oleh empat Manager yaitu :

- a. Manager Service
- b. Manager Spare Parts
- c. Manager Pemasaran
- d. Manager Used Car

Jadi tugas utama dari Direktur Pemasaran adalah mengkoordinir dan mengendalikan bagian-bagian dalam lingkungan *service*, *spare parts*, pemasaran dan *used car* dengan penjabaran tugas sebagai berikut :

- Mengkoordinasikan dengan Kepala Wilayah/cabang tentang alokasi kendaraan yang merupakan jatah bulanan yang harus di jual.
- Mengawasi realisasi penjualan yang dilaksanakan oleh kepala wilayah/cabang.

- Mengadakan administrasi dan pengolahan data yang menjadi tugas departemen pemasaran.
- Bertanggung jawab terhadap stock barang di gudang baik stock mobil maupun stock spare parts.
- Melaksanakan kebijaksanaan penentuan harga serta mengadakan promosi.
- Merencanakan pengadaan barang dagangan untuk kebutuhan bulanan dan tahunan.
- Memonitor perkembangan produk saingan yang meliputi produk, harga, promosi dan keunggulan-keunggulan lainnya.
- Mengembangkan kegiatan *After Sales Service* (ASS) terutama dalam hal penyediaan stock spare parts.
- Mengembangkan kegiatan jual beli mobil bekas (used car) agar nasabah yang ingin mengganti mobilnya tidak pindah ke merek lain.

Selain tugas Direktur Pemasaran tersebut di atas, masih terdapat bagian yang di bawah koordinasi Direktur Pemasaran yaitu bagian administrasi Samsat, kepala gudang, *stock control*, bagian repair, *tools control* dan *front man*. Namun demikian bagian-bagian tersebut tidak dinampakkan secara detail dalam struktur organisasi karena di bawah koordinasi para Manager.

6. Kepala Wilayah, Cabang dan Perwakilan

Posisi Kepala wilayah, Cabang dan Perwakilan adalah merupakan ujung tombak dari PT. Bosowa Berlian Motor. Hal tersebut disebabkan karena yang berhadapan langsung dengan nasabah adalah para Kepala Wilayah, Cabang dan Perwakilan. Adapun perbedaan antara Kepala Wilayah, Cabang dan Perwakilan adalah sebagai berikut :

- a. Kepala Wilayah adalah penanggung jawab Cabang dan Perwakilan dalam satu propinsi. Ruang lingkup areal pemasaran PT. BBM adalah pada 8 (delapan) propinsi di Kawasan Timur Indonesia. Ini berarti bahwa terdapat 8 (delapan) orang yang menduduki jabatan sebagai Kepala Wilayah. Kepala Wilayah bertanggung jawab kepada Direktur Pemasaran untuk kegiatan yang terkait dengan bidang pemasaran serta Direktur Keuangan untuk kegiatan yang terkait dengan bidang keuangan. Kepala Wilayah membawahi kepala cabang dan kepala perwakilan dalam satu propinsi.
- b. Kepala Cabang adalah penanggung jawab cabang tingkat propinsi. Jadi dalam organisasi PT. BBM posisi kepala cabang dijabat oleh 8 (delapan) orang seperti halnya dengan kepala wilayah. Perbedaan dengan kepala wilayah adalah kepala cabang hanya mempertanggungjawabkan cabang yang dipimpinnya yaitu pada tingkat propinsi. Sedangkan cabang tingkat kabupaten (perwakilan) dalam propinsi tersebut bukan menjadi tanggung jawab kepala

cabang. Kepala Cabang bertanggungjawabkan kegiatannya kepada kepala wilayah.

- c. Kepala Perwakilan adalah penanggung jawab cabang tingkat kabupaten (perwakilan). Kepala Perwakilan bertanggungjawabkan perwakilan yang dipimpinnya kepada kepala wilayah. Perwakilan tingkat kabupaten dibentuk dengan tujuan untuk dapat menjangkau nasabah hingga ke pelosok pedesaan.

Untuk saat ini posisi kepala wilayah dan kepala cabang sebagian masih dirangkap. Hal tersebut disebabkan karena pembentukan kepala wilayah baru dicanangkan 3 (tiga) tahun yang lalu. Untuk mempromosikan kepala perwakilan menjadi kepala cabang tingkat propinsi melalui persyaratan yang cukup ketat.

3. Saluran Distribusi Perusahaan

Salah satu keberhasilan PT. BBM dalam memasarkan mobil merek Mitsubishi adalah dukungan dari jaringan distribusi yang sangat luas. Sebelum PT. BBM ditunjuk oleh PT. KTB Jakarta sebagai dealer resmi mobil merek Mitsubish, Perusahaan Fa. Usaha Baru (UB) telah mendapat penunjukan dari KTB Jakarta sebagai dealer resmi mobil merek Mitsubishi di Sulawesi Selatan. Namun dalam perjalanan selanjutnya Fa. UB tidak dapat mengembangkan kegiatan pemasarannya yang disebabkan oleh kegagalan dalam mengembangkan saluran distribusinya dan akhirnya Fa. UB dicabut statusnya sebagai dealer resmi kendaraan Mitsubishi di Sulawesi Selatan.

Belajar dari kegagalan Fa. UB dalam memasarkan mobil merek Mitsubishi serta kegagalan perusahaan ini dalam memasarkan mobil merek Datsun dan Nissan, maka salah satu prioritas yang dilakukan PT. BBM adalah mengembangkan saluran distribusi secara efektif. Salah satu strategi pengembangan saluran distribusi yang dimaksud adalah dengan membuka kantor perwakilan pada tingkat kabupaten. Sejak dikukuhkan sebagai dealer resmi mobil merek Mitsubishi hingga saat ini PT. Bosowa Berlian Motor telah membuka cabang di 8 (delapan) propinsi serta 30 (tiga puluh) perwakilan pada tingkat kabupaten. Adapun cabang dan perwakilan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Propinsi Sulawesi Selatan

- a. Cabang Utama Makassar
- b. Perwakilan Gowa
- c. Perwakilan Bulukumba
- d. Perwakilan Maros
- e. Perwakilan Pare-pare
- f. Perwakilan Pinrang
- g. Perwakilan Sidrap
- h. Perwakilan Polmas
- i. Perwakilan Sengkang
- j. Perwakilan Soppeng
- k. Perwakilan Bone

- I. Perwakilan Palopo
 - m. Perwakilan Tanah Toraja
 - n. Perwakilan Mamuju
2. Propinsi Sulawesi Tenggara
 - a. Cabang Kendari
 - b. Perwakilan Bau-bau
 - c. Perwakilan Kolaka
 3. Propinsi Sulawesi Tengah
 - a. Cabang Palu
 - b. Perwakilan Poso
 - c. Perwakilan Luwuk Banggai
 - d. Perwakilan Toli-toli
 4. Propinsi Sulawesi Utara
 - a. Cabang Manado
 - b. Perwakilan Bitung
 - c. Perwakilan Kotamobagu
 - d. Perwakilan Limboto
 5. Propinsi Maluku
 - a. Cabang Ambon
 6. Propinsi Maluku Utara
 - a. Cabang Ternate
 - b. Perwakilan Tual

7. Propinsi Irian Jaya
 - a. Cabang Jayapura
 - b. Perwakilan Sorong
 - c. Perwakilan Biak
 - d. Perwakilan Nabire
 - e. Perwakilan Manokwari
 - f. Perwakilan Timika
 - g. Perwakilan Merauke
8. Propinsi Nusa Tenggara Timur
 - a. Cabang Kupang
 - b. Perwakilan Ende
 - c. Perwakilan Maumere

Setiap kantor cabang dan perwakilan dilengkapi dengan fasilitas *service*, *spare parts*, bagian keuangan dan bagian pemasaran. Penyediaan fasilitas *service* dimaksudkan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah yang rusak kendaraannya. Demikian pula penyediaan suku cadang akan semakin menambah kepercayaan nasabah atas layanan *after sales service* dari kendaraan merek Mitsubishi.

Salah satu upaya yang dilakukan PT. BBM untuk memperlancar distribusi barang adalah membuka perwakilan di Surabaya sebagai perpanjangan operasional dari perwakilan di Jakarta. Secara umum hambatan yang paling dominan dalam pemasaran kendaraan bermotor di

Kawasan Timur Indonesia khususnya kendaraan roda empat (mobil) adalah terbatasnya sarana transportasi. Pada umumnya kapal angkutan barang yang melayani jalur ke Indonesia Bagian Timur berlabuh di Surabaya, sehingga keberadaan Perwakilan Surabaya sangat memperlancar dalam pendistribusian barang.

Untuk lebih meningkatkan kelancaran distribusi serta untuk mengurangi ketergantungan PT. BBM terhadap armada pelayaran, maka sejak tahun 1995 perusahaan telah membeli kapal Roro yang dapat mengangkut mobil 300 - 400 unit. Sebelum Negara kita dilanda krisis pertengahan tahun 1997 sarana angkutan laut adalah merupakan hambatan utama dalam pengiriman mobil di Kawasan Timur Indonesia. Namun tidak demikian halnya untuk PT. BBM karena telah memiliki armada angkutan sendiri.

Upaya lain yang ditempuh oleh perusahaan untuk memperlancar distribusinya adalah mendirikan industri karoseri pada tahun 1992. Sebelum PT. BBM memiliki industri karoseri, stock mobil di cabang/perwakilan sangat minim yang disebabkan oleh kapasitas produksi dari karoseri sangat kecil dibandingkan dengan permintaan dealer, sehingga terkadang nasabah lama menunggu kendaraan dan tentunya hal ini berdampak negatif terhadap upaya memuaskan pelayanan kepada nasabah.

B. Kebijakan penjualan kredit mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor

PT. Bosowa Berlian Motor, dalam kegiatan operasionalnya memilih dua kebijakan penjualan kredit terhadap penjualan mobil yaitu kebijakan penjualan tunai dan kebijakan penjualan kredit.

1. Kebijakan Penjualan Tunai

Kebijakan pembelian tunai, dari segi likuiditas adalah merupakan kebijakan utama yang ditempuh oleh perusahaan. Jika penjualan tunai dapat dijaga kenaikannya dari tahun ketahun secara langsung akan dapat menjamin likuiditas perusahaan karena akan mampu menjamin perputaran arus uang masuk dan uang keluar dengan baik.

Oleh karena itu, kebijakan penjualan tunai senantiasa dipacu untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan dan dapat menutup pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan untuk kegiatan operasionalnya.

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir, dalam penjualan mobil secara tunai meningkat jumlahnya. Penjualan tunai PT Bosowa Berlian Motor dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Realisasi Penjualan Mobil (Tunai) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor

(Rp 000.000)

Tahun	PENJUALAN TUNAI			
	UNIT	%	NILAI (Rp)	%
2000	173	--	21.442	--
2001	314	44,90	38.266.	43,96
2002	421	25,41	56.209	31,92
2003	625	38,86	94.424	40,47
2004	754	17,11	119.241	20,81
Jumlah	2.287	--	329.562	--

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor, Tahun 2005

Tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan tunai yang dilakukan PT. Bososwa Berlian Motor sejak tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 meningkat jumlahnya. Tahun 2000 penjualan tunai yang dihasilkan adalah sebanyak 173 unit dengan nilai Rp 21.442.000.000,- Sedangkan pada tahun 2001 jumlah penjualan tunai yang dilakukan sebesar 421 unit yang meningkat sebanyak 44,90 persen dibanding tahun sebelumnya, sedangkan sektor pendapatan dari hasil penjualan mobil diperoleh sejumlah Rp 38.266.000.000,- yang menunjukkan adanya peningkatan sebesar 43 persen. Demikian pula pada tahun 2003 jumlah penjualan tunai adalah sebanyak 625 unit sehingga kenaikannya dibanding penjualan tunai tahun sebelumnya adalah sebesar 38,86 persen. Dari

hasil penjualan tersebut, pendapatan yang dihasilkan mencapai Rp 94.424.000.000,- yang berarti mengalami peningkatan sebesar 40,47 persen. Dan pada tahun 2004, perusahaan berhasil mencapai penjualan tunai sebanyak 754 unit yang mengalami kenaikan sebesar 17,11 persen dibanding tahun 2003. Hasil penjualan tunai ini memberi kontribusi kepada perusahaan sebesar Rp 119.241.000.000,- yang berarti kenaikan yang terjadi dibanding tahun sebelumnya adalah 20,81 persen.

Dalam kondisi perekonomian yang tidak menentu seperti saat ini, penjualan tunai yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah merupakan prestasi yang baik, karena dengan kondisi ekonomi yang demikian daya beli masyarakat cenderung menurun. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kebijakan terhadap penjualan tunai yang dilakukan sehingga dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan adalah karena semakin membaiknya sistem distribusi yang dijalankan. Salah satu strategi pengembangan saluran distribusi yang dimaksud adalah dengan membuka kantor perwakilan pada tingkat kabupaten. Sejak dikukuhkan sebagai dealer resmi mobil merek Mitsubishi hingga saat ini PT. Bosowa Berlian Motor telah membuka cabang di 8 (delapan) provinsi serta 30 (tiga puluh) perwakilan pada tingkat kabupaten.

Salah satu upaya yang dilakukan PT. BBM untuk memperlancar distribusi barang adalah membuka perwakilan di Surabaya sebagai perpanjangan operasional dari perwakilan di Jakarta. Secara umum

hambatan yang paling dominan dalam pemasaran kendaraan bermotor di Kawasan Timur Indonesia khususnya kendaraan roda empat (mobil) adalah terbatasnya sarana transportasi. Pada umumnya kapal angkutan barang yang melayani jalur ke Indonesia Bagian Timur berlabuh di Surabaya, sehingga keberadaan Perwakilan Surabaya sangat memperlancar dalam pendistribusian barang.

Untuk lebih meningkatkan kelancaran distribusi serta untuk mengurangi ketergantungan PT. BBM terhadap armada pelayaran, maka sejak tahun 1995 perusahaan telah membeli kapal Roro yang dapat mengangkut mobil 300 - 400 unit. Sebelum Negara kita dilanda krisis pertengahan tahun 1997 sarana angkutan laut adalah merupakan hambatan utama dalam pengiriman mobil di Kawasan Timur Indonesia. Namun tidak demikian halnya untuk PT. BBM karena telah memiliki armada angkutan sendiri.

Upaya lain yang ditempuh oleh perusahaan untuk memperlancar distribusinya adalah mendirikan industri karoseri pada tahun 1992. Sebelum PT. BBM memiliki industri karoseri, stock mobil di cabang/perwakilan sangat minim yang disebabkan oleh kapasitas produksi dari karoseri sangat kecil dibandingkan dengan permintaan dealer, sehingga terkadang nasabah lama menunggu kendaraan dan tentunya hal ini berdampak negatif terhadap upaya memuaskan pelayanan kepada konsumen.

2. Kebijakan Penjualan Kredit

Selain kebijakan penjualan tunai, maka perusahaan menetapkan kebijakan penjualan secara kredit. Penjualan kredit, pada dasarnya sangat mempengaruhi kondisi perusahaan khususnya kondisi kinerjanya, karena jika terjadi kredit macet, maka akan dapat mempengaruhi likuiditas dan perputaran modal dalam perusahaan secara keseluruhan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penjualan kredit mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor lebih besar dibanding penjualan tunai. Kondisi penjualan kredit mobil dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 dikemukakan pada tabel 3.

Tabel 3. Realisasi Penjualan Mobil (Kredit) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor

(Rp.000.000)

TAHUN	PENJUALAN KREDIT			
	UNIT	%	NILAI (Rp)	%
2000	1.036	--	101.072	--
2001	2.605	50,23	318.941	68,31
2002	2.582	0,85	321.820	0,89
2003	3.465	84,7	446.677	27,95
2004	3.375	81,7	477.854	6,52
JUMLAH	12.130	--	1.666.364	---

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor, tahun 2005

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi kenaikan yang cukup signifikan terhadap penjualan kredit mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor dengan kondisi ekonomi yang cukup sulit akhir-akhir ini. Pada tahun 2000 penjualan yang dapat direalisasikan perusahaan sebanyak 1.036 unit, dengan total nilai yang dihasilkan adalah Rp 101.072.000.000,- dan tahun 2001 penjualan kredit yang dihasilkan adalah sebanyak 2.605 unit atau naik sebesar 50,23 persen dibanding tahun 2000, sedangkan nilai kontribusi yang dihasilkan kepada perusahaan adalah sebesar Rp 318.941.000.000,- atau naik sebesar 68,31 persen dibanding tahun sebelumnya.

Pada tahun 2002, penjualan kredit mobil yang dapat direalisasikan perusahaan adalah sebanyak 2.582 unit atau mengalami kenaikan hanya sebanyak 0,85 persen dibanding tahun sebelumnya meskipun lebih kecil. Besarnya penjualan kredit tersebut juga mempengaruhi kenaikan nilai yang dapat disumbangkan kepada perusahaan yakni hanya sebesar 0,89 persen atau hanya sejumlah Rp 321.820.000.000,-

Pada tahun 2003, penjualan kredit mobil yang dapat direalisasikan oleh perusahaan adalah sebanyak 3.465 unit atau kenaikannya mencapai 84,7 persen dibanding tahun sebelumnya, dengan kontribusi yang dihasilkan adalah sebanyak Rp 446.677.000.000,- atau naik sebesar 27,95 persen dibanding tahun sebelumnya. Dan tahun 2004, kredit mobil yang dihasilkan oleh perusahaan adalah sebanyak 3.375 unit atau kenaikannya

mencapai 81,70 persen dengan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan adalah sebanyak Rp 457.854.000.000,- atau naik sebesar 6,52 persen.

Jika dicermati tabel 2 nampak bahwa dalam lima tahun terakhir realisasi penjualan mobil secara kredit yang dilakukan oleh perusahaan belum menunjukkan keseimbangan yang baik antara besarnya mobil terjual dengan nilai yang diterima perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada pelanggan yang tidak memenuhi kewajibannya tepat waktu atau menunggak. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi kesehatan perusahaan akan mempengaruhi kondisi likuiditas dan perputaran modal yang terjadi.

Pada dasarnya, kebijakan penjualan kredit yang dilaksanakan oleh PT. Bosowa Berlian Motor sudah tepat, yakni dengan mengenakan syarat perjanjian sebagai berikut :

- a. Uang pangjar/Uang Muka/DP
- b. Menetapkan besarnya jumlah kredit untuk setiap jenis mobil
- c. Menetapkan waktu/lamanya kredit dengan mempertimbangkan besarnya DP yang dimasukkan.
- d. Membri toleransi selama 3 (tiga) bulan bagi konsumen yang tidak membayar dengan pengenaan bunga pada setiap bulan jika konsumen menunggak atau tidak menepati pembayaran pada setiap bulan.

- e. Menarik mobil yang ada pada konsumen apabila tenggang waktu tiga bulan tidak dipenuhi.

Penetapan kebijakan tersebut sangat meringankan konsumen, khususnya dengan pemberian toleransi selama 3 (tiga) bulan bagi konsumen yang tidak mampu menepati pembayaran seperti yang ditetapkan. Meskipun demikian, dari data yang diperoleh menunjukkan masih ada konsumen yang lalai didalam memenuhi kewajibannya sehingga jika tidak ditempuh langkah-langkah yang tepat akan dapat mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan.

C. Penjualan kredit Macet PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Penjualan kredit macet pada perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) dalam lima tahun terakhir cukup tinggi. Tingginya penjualan kredit macet pada perusahaan dalam lima tahun terakhir pada dasarnya mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan sehingga aktivitas keuangan perusahaan akan terganggu

Pentingnya analisis rasio keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) dilaksanakan adalah karena mempertimbangkan tiga faktor, yaitu :

1. Kondisi likuiditas perusahaan mengalami penurunan rata-rata sebesar 36 % tahun 1999 sampai dengan tahun 2002 dibandingkan dengan tahun 1998.

2. Aktivitas Usaha perusahaan dalam tahun 1999 s/d 2002 mengalami penurunan rata-rata 5.17 % dibandingkan dengan tahun 1998.
3. Rentabilitas perusahaan tahun 1999 s/d 2002 mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 1998 atau rata-rata sebesar 68%.

Adanya kondisi tersebut di atas mempengaruhi kinerja keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) secara keseluruhan sehingga laporan keuangan dalam tahun terakhir menunjukkan kinerja yang kurang menggembirakan.

Dalam analisis keuangan perusahaan ini, penulis mempergunakan data-data periode tahun 2000 sampai tahun 2004. Adapun analisis rasio yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan posisi keuangan jangka pendek dan sangat membantu manajemen untuk mewujudkan efisiensi dalam penggunaan modal kerja pada perusahaan. Rasio likuiditas menunjukkan tingkat keamanan kreditur dalam jangka pendek atau menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang jangka pendek dengan segera. Alat yang digunakan adalah:

- 1.1. Rasio lancar, yaitu membandingkan antara Aktiva lancar dengan hutang lancar.

- 1.2. Rasio cair, adalah perbandingan antara kas, surat berharga dan penjualan kredit bersih dengan hutang lancar.
- 1.3. Rasio kas, merupakan perbandingan antara kas yang dikuasai perusahaan dengan hutang lancar.

Dalam menganalisis ketiga rasio di atas, maka semakin besar nilai rasio akan semakin baik bagi perusahaan karena akan menunjukkan besarnya kemampuan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya.

Kenaikan rasio keuangan dapat disebabkan oleh naiknya aktiva lancar dan kewajiban lancar mengalami penurunan, aktiva lancar tetap dan kewajiban lancar turun lebih besar. Peningkatan rasio lancar menunjukkan bahwa jaminan kemampuan pembayaran kewajiban yang segera jatuh tempo meningkat, aktiva lancar akan meningkat lebih besar dibandingkan kewajiban lancar yang harus segera dipenuhi.

Berdasarkan laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) tahun 2000 sampai dengan tahun 2004, saldo harta lancar dan utang jangka pendek perusahaan adalah:

Tabel 4. Perkiraan Aktiva Lancar dan Hutang Lancar

(Rp.000.000)

No	Uraian	TAHUN				
		2000	2001	2002	2003	2004
1	Aktiva Lancar	180.192	182.716	347.118	325.304	356.703
2	Hutang Lancar	164.946	158.402	335.552	199.895	218.250
3	Kas	1.950	2.329	7.245	5.078	3.366
4	Penyertaan Saham	10.000	16.200	16.200	30.700	30.700
5	Hutang Jangka panjang	30.510	37.461	20.986	144.215	155.264
6	Persediaan	50.303	50.733	59.042	63.081	95.313
7	Penjualan kredit	146.253	126.378	275.332	250.899	250.906

Sumber : Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Berdasarkan perkiraan aktiva lancar dan hutang lancar pada Tabel di atas. maka akan dicari besarnya rasio lancar, rasio cair dan rasio kas. Hasil perhitungan yang diperoleh digambarkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Rasio Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Tahun 2000 sampai Tahun 2004

No	Tahun	RASIO KEUANGAN					
		R. Lancar	Perkembangan	R. Cair	Perkembangan	R. Kas	Perkembangan
1	2000	109,24 %	-	89,85 %	-	1,18 %	-
2	2001	110,77 %	52,55 %	78,03 %	67,14 %	1,41 %	19,79 %
3	2002	103,45 %	- 25,56 %	84,21 %	- 31,52 %	2,16 %	- 21,39 %
4	2003	162,74 %	- 35,85%	128,06 %	- 39,40 %	2,54 %	- 36,40 %
5	2004	163,44 %	- 32,33 %	116,50 %	- 48,55%	1,54 %	- 47,31 %

Sumber: Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), data diolah.

Rasio lancar, rasio cair, maupun rasio kas dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 terus mengalami penurunan. Terjadinya penurunan terhadap ketiga rasio di atas disebabkan karena adanya kenaikan terhadap hutang lancar perusahaan rata-rata 32,71 persen setiap tahun, diantaranya

adalah hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo sebesar rata-rata 118,50 persen sehingga tidak sebanding dengan kenaikan aktiva lancar perusahaan yang hanya rata-rata 8,20 persen.

Rincian kenaikan/penurunan aktiva lancar, hutang lancar, kas, surat berharga dan penjualan kredit bersih selama tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 dapat dirinci sebagai berikut :

Tabel 6. Perkembangan Modal Kerja PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Selama Tahun 2000 - 2004

No.	Tahun	H. Lancar	A. Lancar	Kas	Penyertaan Saham	Penjualan kredit
1	2000	-	-	-	-	-
2	2001	-18,23%	24,75 %	- 2,08 %	50.59 %	12,65 %
3	2002	35,79 %	1,28 %	6,67 %	- 11,70 %	19,04 %
4	2003	64,54 %	5,26 %	4,45 %	- 0,84 %	- 2,98 %
5	2004	29,29 %	- 4,49 %	- 25,49 %	- 32,82 %	44,92 %
	Rata ²	27,85%	6,70 %	-4,10 %	1,37 %	18,41 %

Sumber: Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), data diolah.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa terjadi kenaikan hutang lancar pada perusahaan yang cukup besar. Berdasarkan analisis diketahui bahwa terjadinya kenaikan hutang lancar tersebut disebabkan oleh:

1. Meningkatnya hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo masing-masing 141,89 pesen (tahun 2002), 96,26 persen (tahun 2003) dan 94,40 persen (tahun 2004).
2. Meningkatnya hutang bank khususnya pada tahun 2002 yang mencapai 171,42 persen.

3. Meningkatnya biaya yang masih harus dibayar berupa biaya pegawai, biaya barang dan jasa, biaya usaha dan biaya pemeliharaan sebesar Rp 8 milyar (tahun 2001), Rp 16,4 milyar (tahun 2002), Rp 23,5 milyar (tahun 2003) dan Rp 28,1 milyar (tahun 2004).

Ketiga faktor di atas pada dasarnya disebabkan karena kebijakan penjualan kredit mobil PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) yang kurang dapat direalisasikan dengan baik sesuai rencana, sehingga perusahaan mempengaruhi pendapatan.

2. Pengukuran Rasio Aktivitas

Pengukuran rasio aktivitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja manajemen PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) dalam mengelola dan mengontrol efektivitas penggunaan sumber daya yang ada secara produktif sehingga diketahui besarnya modal yang dibutuhkan untuk mendukung upaya memperoleh dan meningkatkan pendapatan perusahaan dari kegiatannya.

Dalam penelitian ini, rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Rasio periode pengumpulan penjualan kredit, adalah rasio yang membandingkan antara penjualan kredit usaha dengan pendapatan usaha.

2. Rasio perputaran persediaan, adalah rasio yang membandingkan antara persediaan dengan pendapatan usaha.
3. Rasio perputaran modal adalah rasio yang membandingkan antara pendapatan usaha dengan jumlah modal yang dimiliki perusahaan.
4. Rasio perputaran asset adalah rasio yang membandingkan antara pendapatan usaha dengan total asset.

Hasil analisis terhadap keempat rasio tersebut akan dapat diketahui seberapa efisien perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) memanfaatkan harta. Semakin meningkat rasio tersebut akan semakin menunjukkan efektivitas penggunaan modal kerja, begitu juga sebaliknya.

Untuk menganalisis keempat rasio tersebut digunakan rincian total asset, penjualan kredit perusahaan, pendapatan usaha, dan modal perusahaan dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 seperti dikemukakan pada tabel 5.4.

Tabel 7. Rincian Penjualan kredit, Pendapatan Usaha, Persediaan, dan Modal selama Tahun 2000 sampai dengan tahun 2004
(Rp.000.000)

No	Uraian	T A H U N				
		2000	2001	2002	2003	2004
1	Total Asset	217.134	219.469	383.486	378.113	411.165
2	Total Penjualan kredit	146.253	126.378	275.332	250.899	250.906
3	Pendapatan Usaha	1.274	1.009	2.087	12.807	19.075
4	Persediaan	50.303	50.733	59.042	63.081	95.313
5	Modal	21.708	23.605	26.947	34.002	37.650

Sumber : Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Berdasarkan data tabel di atas dengan menggunakan rumus rasio aktivitas yang sudah dikemukakan, maka dapat diketahui rasio pengumpulan penjualan kredit, rasio perputaran persediaan, dan rasio perputaran modal pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Rasio Periode Pengumpulan Penjualan kredit, Rasio persediaan, dan rasio Perputaran Modal PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), Tahun 2000 sampai Tahun 2004

No	Tahun	R A S I O		
		Periode Pengumpulan Penjualan kredit	Perputaran Persediaan	Perputatan Modal
1	2000	419,0 hari	144,1 kali	5,87 %
2	2001	457,2 hari	503.8 kali	4,27 %
3	2002	481,5 hari	102,3 kali	7,74 %
4	2003	715,0 hari	178,3 kali	37,66 %
5	2004	458,4 hari	163,2 kali	50,66 %

Sumber: Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor, tahun 2005.

Rasio periode pengumpulan penjualan kredit mulai dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 mengalami peningkatan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kemampuan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) menagih penjualan kredit dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 terus menurun rata-rata 2,76 persen yang disebabkan oleh meningkatnya penjualan kredit usaha rata-rata 18,41 persen. Hal ini disebabkan karena meningkatkan penjualan kredit kredit, penjualan kredit karyawan dan penjualan kredit lain-lain serta adanya penambahan sejumlah mobil baru. Sedangkan peningkatan pendapatan usaha hanya rata-rata sebesar 17,32 persen.

Rasio perputaran pesediaan selama tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 cenderung terus mengalami penurunan. Hal ini disebabkan adanya peningkatan disektor persediaan hingga mencapai 11,62 persen tidak sebanding dengan peningkatan pendapatan usaha yang hanya rata-rata 17,32 persen.

Untuk rasio perputaran modal selama tahun 2000 sampai dengan tahun 2001 mengalami penurunan, namun pada tahun 2001 mengalami peningkatan sebesar 5,13 persen, tahun 2002 sebesar 1,44 persen dan selanjutnya tahun 2002 peningkatannya cukup sebesar 37,66 persen, karena adanya peningkatan modal perusahaan yang tidak sebanding dengan peningkatan pendapatan usaha, masing-masing tahun 2001 sebesar 34,12 persen, tahun 2002 sebesar 15,40 persen, tahun 2003 sebesar 19,19 persen, dan tahun 2004 sebesar 4,87 persen. Peningkatan modal perusahaan disebabkan oleh adanya penyertaan modal dari pemegang sebesar Rp 10.000.000,- di tahun 2002.

3. Pengukuran Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam pelunasan hutang-hutangnya baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dengan menggunakan aktiva dan modal yang dimiliki oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah rasio-rasio:

- a. Rasio hutang terhadap aktiva, yaitu dengan membandingkan antara hutang dengan aktiva perusahaan.
- b. Rasio hutang terhadap modal, yaitu dengan membandingkan antara hutang dengan modal perusahaan.
- c. Rasio hutang jangka panjang terhadap modal, yaitu dengan membandingkan antara hutang jangka panjang dengan modal perusahaan.

Tingkat rasio yang baik terhadap pengukuran rasio solvabilitas adalah apabila setiap periode mengalami penurunan dibanding dengan periode sebelumnya, karena penurunan yang terjadi disebabkan semakin berkurangnya hutang perusahaan dan meningkatnya aktiva serta modal. Penurunan rasio ini menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola hutang-hutang perusahaan cukup baik.

Untuk menganalisis rasio solvabilitas, maka berpedoman pada hutang, harta dan modal perusahaan selama tahun 2000 sampai dengan tahun 2004, seperti nampak pada tabel dibawah ini.

Tabel 9. Uraian Hutang, Harta, Modal PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), selama Tahun 2000 sampai Tahun 2004

(Rp.000.000)

No	Uraian	T A H U N				
		2000	2001	2002	2003	2004
1	Harta	217.334	219.469	383.486	378.113	411.165
2	Hutang	164.916	158.402	335.552	199.895	218.250
3	Hutang jangka panjang	30.510	37.461	20.986	144.295	155.264
4	Modal	21.708	23.605	26.947	34.002	37.650

Sumber : Lapaoran Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Berdasarkan data tabel di atas tersebut, dapat dicari besarnya rasio hutang terhadap aktiva, rasio hutang terhadap modal dan rasio hutang jangka panjang terhadap modal. Hasil perhitungan ketiga rasio ini dapat dikemukakan pada tabel dibawah ini.

Tabel 10. Rasio Hutang Terhadap Aktiva, Rasio Hutang Terhadap Modal, dan Rasio Hutang Jangka Panjang Terhadap Modal PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) selama Tahun 2000 sampai Tahun 2004

No	Tahun	R A S I O		
		Total Hutang. Terhadap. Aktiva	Total Hutang. Terhadap. Modal	Hutang. Jangka Terhadap. Modal
1	2000	7,50 %	7,61 %	1,40 %
2	2001	7,22 %	6,71 %	1,59 %
3	2002	8,70 %	1,20 %	7,88 %
4	2003	5,29 %	5,88 %	4,57 %
5	2004	5,30 %	5,79 %	4,12 %

Sumber: Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), data diolah.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan Rasio hutang terhadap aktiva dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 menunjukkan adanya penurunan yang cukup baik yaitu rata-rata 19,03 persen. Hal mengindikasikan bahwa

hutang perusahaan dalam lima tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Rasio hutang terhadap modal periode tahun 2000 - 2004 mengalami penurunan rata-rata 6,60 persen, ini berarti kemampuan perusahaan untuk membayar utang dengan modal yang dimiliki semakin membaik keuangan perusahaan ke depan, disebabkan oleh peningkatan hutang rata-rata 32,73 persen dan menurunnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba Usaha sebesar rata-rata 38,84 persen.

Rasio hutang jangka panjang terhadap modal sendiri mengalami peningkatan periode tahun 2000-2004 rata-rata 26,36 persen yang berarti kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajiban jangka panjang semakin membebani kinerja perusahaan ke depan disebabkan oleh peningkatan hutang jangka panjang tidak sebanding dengan peningkatan modal perusahaan karena menurunnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari tahun ke tahun.

4. Rasio Rentabilitas

Rasio rentabilitas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur profit atau keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, atau dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Jenis yang digunakan untuk mengetahui rentabilitas perusahaan adalah:

- a. Rasio operasi, yaitu digunakan dengan membandingkan biaya usaha dengan pendapatan usaha.
- b. Margin Laba bersih, yaitu membandingkan antara laba setelah pajak dengan total pendapatan perusahaan.
- c. ROI, adalah laba sebelum pajak ditambah dengan penyusutan dibandingkan dengan *capital employed*.
- d. ROE, adalah diperoleh dari perbandingan antara laba setelah dipotong pajak dengan modal yang dimiliki perusahaan.
- e. ROA diperoleh dengan jalan membandingkan laba setelah potongan pajak.

Untuk menganalisis rasio Rentabilitas, maka berpedoman pada uraian biaya, pendapatan, laba usaha, penyusutan, dan *capital employed*, yang dikemukakan pada tabel berikut :

Tabel 11. Uraian Biaya, Pendapatan, Laba, Penyusutan, Capital Employed PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), selama Tahun 2000 sampai Tahun 2004

(Rp.000.000)

No	Uraian	T A H U N				
		2000	2001	2002	2003	2004
1	Aktiva	217.134	219.469	383.496	378.113	411.165
2	Capital Em- ployed	21.134	23.605	25.947	34.002	37.650
3	Penyusutan	4.343	5.091	5.899	7.222	8.256
4	Ht. Jangka Panjang	30.510	37.461	20.986	144.215	155.264
5	Modal Sendiri	10.000	10.000	10.000	16.000	16.000
6	Total Pen- dapatan	120,628	129.004	305,318	298.056	402.229
7	Total Biaya	10.428	10.774	13.280	19.830	27.922
8	Pendapatan usaha	119.354	127.995	301.511	285.249	404.229
9	Biaya usaha	9,652	9.678	11.927	19.830	23.490
10	Laba sblm. pajak	2.059	2.482	4.085	2.802	6.343
11	Laba Stl Pajak	2.018	2.432	4.003	2.746	6.216

Sumber : Laporan Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Berdasarkan data tabel di atas tersebut, dapat dicari besarnya rasio operasi. Margin laba bersih, ROI, ROE dan Roa pada tabel berikut :

Tabel 12. Rasio Operasi, Rasio Margin Laba , Return On Investment (ROI), Return On Equity (ROE) dan Return ON Asset (ROA) PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Selama tahun 2000 sampai 2004

No	Tahun	Operasi	Marg. Laba Bersih	ROI	ROE	ROA
1	2000	8,09 %	1,67 %	10,80 %	20,18 %	0,96 %
2	2001	7,56 %	1,88 %	11,05 %	24,32 %	1,13 %
3	2002	3,96 %	1,31 %	6,99 %	40,08 %	1,07 %
4	2003	6,65 %	0,92 %	12,99 %	17,66 %	0,74 %
5	2004	5,81 %	1,58 %	5,08 %	38,85 %	1,54 %

Sumber : Laporan keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), Data diolah

Rasio operasi dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 mengalami penurunan rata-rata sebesar 5,29 persen dan hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh pendapatan usaha menurun dibandingkan dengan peningkatan biaya usaha yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan usaha tersebut. Hal ini disebabkan kenaikan biaya usaha rata-rata sekitar 23,85 persen tidak sebanding dengan kemampuan dalam mencetak pendapatan usaha yang hanya sebesar 18,27 persen.

Rasio margin laba bersih selama tahun 1998 sampai dengan tahun 2002 mengalami penurunan rata-rata 297,09 persen, hal ini berarti kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih semakin menurun dibandingkan dengan total pendapatan yang diperoleh.

Return on invesmen (ROI) yang di peroleh semenjak tahun 1998 dengan tahun 2002 mengalami penurunan rata-rata 24,88 persen.

Return of earning (ROE) selama tahun 1998 - 2000 mengalami penurunan rata-rata 24,68 persen, tahun 2001 juga mengalami penurunan sebesar -50,89 persen, tahun 2002 adalah sebesar - 3.189,46 persen disebabkan oleh laba sebelum pajak tahun 2002 minus sebesar 258.672 juta rupiah.

Return on total asset (ROA) pada periode 1998 - 2002 mengalami penurunana rata-rata 269,44 persen, tahun 2001 juga turun sebesar - 57,43

persen, sedangkan tahun 2002 sebesar - 882,54 persen. Hal ini disebabkan laba sebelum pajak tahun 2002 adalah : - 258.672 juta rupiah.

Salah satu penyebab sehingga ROA mengalami penurunan adalah disebabkan karena hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo sebagai mana tersaji pada tabel berikut:

Tabel 13. Perkembangan Pendapatan, Biaya dan Laba PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), Tahun 2000 - 2004

No	Tahun	Pend. Usaha (%)	Biaya Usaha (%)	Total Pendapatan (%)	Total Biaya (%)	Sebelum pajak (%)	Sesudah Pajak (%)
1	1998						
2	1999	34,12	31,60	25,36	24,54	45,90	46,54
3	2000	15,46	13,08	11,81	11,59	16,56	13,92
4	2001	19,1	32,41	17,42	20,59	- 48,16	- 54,89
5	2002	4,57	28,37	3,34	23,52	- 766,89	- 978,56

Sumber : Laporan keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), data diolah

Peningkatan total pendapatan rata-rata 14,48 persen dan peningkatan total biaya rata-rata 20,06 persen mengakibatkan penurunan laba pada perusahaan adalah karena:

1. Tidak tercapainya target penjualan mobil dan banyaknya kredit mobil yang macet dari tahun 2000 - 2004.
2. Adanya persaingan harga antara agen penjual mobil di Kota Makassar yang cenderung menetapkan harga lebih murah

Kenaikan biaya disebabkan oleh:

1. Adanya kenaikan harga terhadap beberapa jenis mobil dalam negeri yang terus menerus meningkat, terutama harga suku cadang.

2. Biaya pemeliharaan dan biaya operasi yang terus meningkat
3. Biaya penyusutan terjadi kenaikan karena terdapat penambahan pembelian 150 unit mobil.
4. Adanya peningkatan biaya asuransi mobil akibat bertambahnya jumlah pengadaan.

Sehingga mengakibatkan hasil analisis rasio yaitu :

1. Rasio Operasi mengalami peningkatan rata-rata 5,29 persen dengan rincian sebagai berikut tahun 2001 turun 0,81 persen ,tahun 2002 meningkat 0,09 persen,tahun 2003 meningkat 2,76 persen dan tahun 2004 meningkat 21,73 persen.
2. Rasio Margin laba bersih mengalami penurunan rata-rata sebesar 297,09 persen dengan rincian sebagai berikut : tahun 2001 meningkat 21,73 persen, tahun 2002 turun 2,06 persen, tahun 2003 turun 61,68 persen dan tahun 2004 turun 1.146,34 persen.
3. Return On Asset mengalami penurunan rata-rata sebesar 269,44 persen dengan rincian sebagai berikut : tahun 2001 meningkat sebesar 41,38 persen, tahun 2002 meningkat 9,76 persen ,tahun 2002 turun 62,22 persen dan tahun 2004 turun 1.066,67 persen.

Sesuai dengan penilaian kinerja selama tahun 2000 - 2004 yang telah disajikan sebelumnya dapat ditentukan nilai kinerja keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) secara lebih lengkap sebagai berikut:

Tabel 14. Kinerja Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) Tahun 2000 - tahun 2004

No	Uraian	2000	2001	2002	2003	2004
1	R.Likuiditas Rasio lancar Rasio cair Rasio kas	109,24 % 89,85 % 1,18 %	110,77 % 78,03 % 1,41 %	103,45 % 84,21 % 2,16 %	162,74 % 128,06 % 2,54 %	163,44 % 116,50 % 1,54 %
2	R.Solvabilitas Rasio Utg trh. Asset Rasio Utg trh Modal Rasio utang jangka. Panjang terhadap modal	7,50 % 7,61 % 1,40 %	7,22 % 6,71 % 1,59 %	8,70 % 1,20 % 7,88 %	5,29 % 5,88 % 4,57 %	5,30 % 5,79 % 4,12 %
3	Aktivitas Usaha Periode peng.penjualan kredit Perputaran persediaan Perputaran Modal Perputaran Aseet	419,0 hari 144,1 kali 5,87 %	457,2 hr 503.8 kl 4,27 %	481,5 hr 102,3 kl 7,74 %	715,0 hr 178,3 kl 37,66 %	458,4 hr 163,2 kali 50,66 %
4	R.Rentabilitas Rasio operasi Marginlababersih R O I R O E R O A	8,09 % 1,67 % 10,80 % 20,18 % 0,96 %	7,56 % 1,88 % 11,05 % 24,32 % 1,13 %	3,96 % 1,31 % 6,99 % 40,08 % 1,07 %	6,65 % 0,92 % 12,99 % 17,66 % 0,74 %	5,81 % 1,58 % 5,08 % 38,85 % 1,54 %

Sumber : Laporan keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), data diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui secara umum kondisi ROA dari tahun 2000 ke tahun 2004 meskipun mengalami peningkatan namun sangat kecil dan memperhatikan rasio-rasio lain dalam perusahaan maka dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan sangat rendah. Hal ini disebabkan karena adanya penjualan kredit macet dari para pelanggan yang tidak dapat dipenuhi tepat pada waktunya, seperti pada tabel berikut :

Tabel 15. Penjualan kredit Macet pada Penjualan Mobil (Kredit) Tahun 2000 S/D Tahun 2004 PT. Bosowa Berlian Motor (Rp.000.000)

TAHUN	PENJUALAN KREDIT				MACET	
	UNIT	%	NILAI (Rp)	%	UNIT	NILAI (RP)
2000	1.036	--	101.072	--	214	22,658
2001	2.605	50,23	318.941	68,31	349	37,403
2002	2.582	0,85	321.820	0,89	386	41,934
2003	3.465	84,7	446.677	27,95	393	57,342
2004	3.375	81,7	477.854	6,52	410	62,156
JUMLAH	12.130	--	1.666.364	---	1.752	--

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor, tahun 2005

Tabel di atas tersebut menunjukkan bahwa penjualan kredit macet yang terjadi dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 cukup besar, yakni pada tahun 2000 penjualan kredit macet yang terjadi adalah sebanyak 349 unit atau senilai Rp 22.658.000.000,- sedangkan pada tahun 2001 terdapat kredit macet sebesar 349 unit dengan nilai Rp 37.493.000.000,- sehingga terjadi kenaikan sebesar 13,40 persen dibanding tahun sebelumnya. Demikian pula pada tahun 2002 penjualan kredit macet pada perusahaan adalah sebesar Rp 41.934.000.000,- atau sebanyak 386 unit sehingga penjualan kredit macet naik sebesar 14,95 %, sedangkan tahun 2003 penjualan kredit macet yang terjadi adalah sebesar Rp 57.342.000.000,- atau sebanyak 393 unit kendaraan Sehingga dibandingkan tahun 2002 tingkat

kredit macet mengalami kenaikan sebesar 11,43 persen. Dan tahun 2004 terjadi kredit macet sejumlah Rp 62.156.000.000,- atau sebanyak 410 unit dengan tingkat kenaikan dibanding tahun lalu adalah sebesar 12,14 persen.

Berdasarkan data tersebut, sepanjang lima tahun terakhir nampak bahwa kredit macet perusahaan dari penjualan kredit mobil senantiasa meningkat. Kondisi ini mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Pengaruh penjualan kredit macet pada kinerja keuangan perusahaan dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Tahun 2000, penjualan kredit macet yang terjadi pada perusahaan adalah sebesar 241 unit persen dari total penjualan kredit yang dilakukan pada tahun 2001. Kredit macet ini menyebabkan adanya penurunan pada rasio operasi yakni hanya mencapai 7,56 persen dibanding tahun sebelumnya, demikian pula pada tahun 2004 terjadi penurunan dibanding tahun 2003 karena rasio operasi yang dapat dicapai hanya sebesar 5,81 persen. Selain mempengaruhi rasio operasi.
2. Tingginya kredit macet tahun 2000 juga mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih, karena pada tahun sepanjang lima tahun terakhir margin laba bersih yang dapat dicapai hanya meningkat rata-rata 1,47 persen setiap tahun. Laba yang diperoleh kurang meningkat terlihat dari tahun 2000 hanya dapat dicapai sebesar 1,67 persen, dan pada tahun 2001 mengalami kenaikan namun sangat rendah

karena hanya mencapai 1,88 persen. Demikian pula pada tahun 2002 terjadi penurunan terhadap margin laba bersih karena hanya dapat dicapai sebesar 1,31 persen. Bahkan pada Tahun 2003 margin laba bersih yang dapat hanya sebesar 0,2 persen, sedangkan pada tahun 2004 meskipun mengalami kenaikan terlihat sangat rendah karena hanya sebesar 1,58 persen.

3. Selain mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, kredit macet yang terjadi juga mempengaruhi perolehan ROI, karena dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004, rasio ini cenderung mengalami penurunan rata-rata 9,34 persen.
4. Kredit macet pada perusahaan mempengaruhi pula perolehan ROE, karena dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004, meskipun cenderung mengalami kenaikan, namun kenaikan yang dicapai tidak terlampau besar karena rata-rata hanya naik sebesar 28,22 Persen.
5. Pengaruh kredit macet yang terjadi pada perusahaan mempengaruhi pula pencapaian ROA, karena dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 cenderung mengalami penurunan sebesar rata-rata 1,9 persen.

Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa kredit macer pada perusahaan sangat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, hal ini dapat dilihat bahwa terjadinya peningkatan terhadap kredit macet sepanjang tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 menyebabkan menurunnya kinerja

perusahaan yang dapat dilihat dari rasio rentabilitas yang cenderung menurun yang menggambarkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba selama empat tahun terakhir juga mengalami penurunan.

D. Pengaruh Penjualan kredit Macet Terhadap Kinerja Keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit macet dengan kinerja keuangan PT. Bosowa Berlian Motor, maka dianalisis hasil perhitungan antara keempat rasio kinerja keuangan perusahaan dengan penjualan kredit kredit yang terjadi sepanjang lima tahun.

Jika suatu variabel terikat (*dependent variabel*) tergantung pada satu variabel disebut regresi sederhana. Untuk mengetahui hal tersebut akan dianalisis mengenai regresi linear dan regresi berganda. Adapun formula regresi linear adalah :

$$Y = a + bX + ?$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = Titik potong

b = Koefisien regresi

a. Regresi Rasio Likuiditas dengan Penjualan Macet

NO	VARIABEL	R	R ²	F	A	B	T	SIG
1	Rasio Likuiditas	0,80	0,705	7,17	47.30	110.28	2,327	0,102

Sumber : Hasil olahan analisis regresi

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 47,308 + 110,28x_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa penjualan macet mempengaruhi rasio likuiditas, karena semakin tinggi penjualan macet maka semakin rendah rasio likuiditas yang dihasilkan.

b. Regresi Rasio Solvabilitas dengan Penjualan Macet

NO	VARIABEL	R	R ²	F	A	B	T	SIG
1	Rasio Solvabilitas	0,45	0,198	0,743	1.551	17.42	11,23	0,45

Sumber : Hasil olahan analisis regresi

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,551 + 17,42x_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa penjualan macet mempengaruhi rasio solvabilitas, karena semakin tinggi penjualan macet

maka semakin rendah rasio solvabilitas yang dapat dihasilkan perusahaan.

c. Regresi Aktivitas Usaha dengan Penjualan Macet

NO	VARIABEL	R	R ²	F	A	B	T	SIG
1	Rasio Solvabilitas	0,30	0,094	0,313	302,87	584.624	1,930	0,615

Sumber : Hasil olahan analisis regresi

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 302,87 + 584,624x_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa penjualan macet kurang berpengaruh terhadap rasio aktivitas usaha, karena meskipun penjualan macet tinggi namun aktivitas usaha perusahaan juga meningkat dengan baik.

d. Regresi Rasio Rentabilitas dengan Penjualan Macet

NO	VARIABEL	R	R ²	F	A	B	T	SIG
1	Rasio Solvabilitas	0,363	0,132	0,457	11,99	36.76	3,065	0,548

Sumber : Hasil olahan analisis regresi

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 11,99 + 36,76x_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa penjualan macet cukup berpengaruh terhadap rasio rentabilitas usaha, karena jika penjualan macet tinggi maka akan menurunkan tingkat rentabilitas usaha perusahaan meskipun tidak terlampau besar.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS. Ver.13.0 (lihat lampiran) maka untuk menghitung regresi berganda dikemukakan sebagai berikut:

$$a. = 15.894$$

$$b_1 = 110,28$$

$$b_2 = 17,42$$

$$b_3 = 584,624$$

$$b_4 = 36,76$$

Dengan demikian diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 15.894 + 110,28 (x_1) + 17.42 (x_2) + 584.624 (x_3) + 36.76 (x_4)$$

Dari persamaan tersebut, dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu rasio kinerja keuangan mempunyai pengaruh yang cukup kuat dengan penjualan kredit sebagai variabel dependen. Hal ini ditunjukkan oleh masing-masing nilai koefisien sebagai berikut:

$$\text{Konstanta} = 15.894$$

Menunjukkan nilai konstan penjualan macet, jika keempat variabel rasio kinerja keuangan adalah nol atau perusahaan tidak melakukan tindakan penjualan kredit, maka perusahaan tetap akan memperoleh penjualan kredit kredit penjualan macet sebesar 13.894.

$$b_1 = 110,28$$

Menunjukkan bahwa naik turunnya kinerja keuangan perusahaan berupa rasio likuiditas dipengaruhi oleh naik turunnya volume penjualan kredit macet dengan asumsi variabel lainnya konstan, sehingga apabila likuiditas perusahaan meningkat 110,28,- maka volume penjualan kredit macet juga akan naik sebesar 110.28,-

$$b_2 = 17,42$$

Menunjukkan bahwa turunnya rasio solvabilitas pada perusahaan sangat dipengaruhi oleh naik turunnya volume penjualan kredit macet dengan asumsi variabel lainnya konstan atau rasio keuangan lainnya tidak mengalami perubahan, sehingga apabila rasio solvabilitas meningkat 17.42 maka volume penjualan kredit juga Meningkatkan sebesar 17.42

$$b_3 = 584,624$$

Menunjukkan bahwa elastisitas atau naik turunnya aktivitas usaha tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh volume penjualan kredit macet, karena

meskipun penjualan kredit macet meningkat sebesar 584.624 maka aktivitas usaha juga tetap jalan dengan asumsi rasio lainnya konstan.

$$b_3 = 584,624$$

Menunjukkan bahwa elastisitas atau naik turunnya aktivitas usaha tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh volume penjualan kredit macet, karena meskipun penjualan kredit macet meningkat sebesar 584.624 maka aktivitas usaha juga tetap jalan dengan asumsi rasio lainnya konstan.

$$b_4 = 36,76$$

Menunjukkan bahwa elastisitas atau naik turunnya penjualan kredit macet mempengaruhi rasio rentabilitas usaha perusahaan, karena jika penjualan macet meningkat sebesar 36,76 maka rasio rentabilitas akan mengalami penurunan sebesar 36.76 dengan asumsi rasio lainnya konstan.

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dikemukakan, maka disimpulkan faktor penjualan kredit macet menyebabkan naik turunnya rasio keuangan perusahaan. Selain itu Penyebab utama naik turunnya rasio keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM) yang tercermin dari keempat ratio tersebut di atas disebabkan karena kenaikan biaya usaha maupun total biaya tidak sebanding dengan kenaikan pendapatan usaha dari total pendapatan dan menurunnya kemampuan perusahaan memperoleh laba baik

laba sebelum maupun sesudah pajak dan meningkatnya hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo.

Dengan terjadinya penjualan kredit macet, beban keuangan perusahaan semakin meningkat karena pembayaran tunai terhadap kegiatan operasional pada setiap periode harus dilakukan sesuai dengan kebutuhan. Agar kondisi dan kinerja keuangan dapat meningkat, maka penjualan kredit macet dapat dikurangi dengan mnenata kembali kebijakan penjualan kredit pada perusahaan.

BAB VI

P E N U T U P

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada Bab terdahulu, mama dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penyebab penurunan Kinerja keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM)

Makassar tahun 2000 - 2004 sebagai berikut :

Rasio likuiditas perusahaan mengalam penurunan pada 2004 rata-rata 22 persen dimana aktiva lancar meningkat rata-rata 17,65 %, sedangkan peningkatan hutang lancar hanya rata-rata sebesar 7,45 %.

Rasio aktivitas perusahaan pada tahun 1998 - 2002 mengalami penurunan rata-rata 5,17 % dimana peningkatan pendapatan tidak sebanding dengan peningkatan penjualan kredit usaha rata-rata 18,41 %.

Rasio solvabilitas perusahaan pada tahun 2000 -2004 mengalami peningkatan rata-rata 9,71 %.

Rasio rentabilitas pada tahun 2000 - 2004 mengalami penurunan rata-rata 23 % karena :

- a. Meningkatnya biaya operasi
- b. Menurunnya net profit margin
- c. Menurunnya return on investmen
- d. Menurunnya return on equity

- e. Menurunnya return on asset
2. Dengan membandingkan antara satu perkiraan dengan perkiraan lainnya dalam laporan keuangan, terbukti bahwa penurunan kinerja keuangan PT. Bosowa Berlian Motor (BBM), disebabkan karena meningkatnya kredit macet pada perusahaan dari tahun 2000 - tahun 2004.

B. saran

Adapun saran yang diajukan dan diharapkan memberi kontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan adalah:

1. Sebaiknya manajemen perusahaan berupaya membatasi pemberian kredit kepada konsumen, khususnya konsumen yang kredibilitasnya rendah sehingga dapat mengurangi beban tetap (bunga), menunda pembelian mobil yang tidak mampu bersaing dalam pasaran.
2. Meningkatkan kemampuan perusahaan dengan lebih berupaya memfokuskan peningkatan penjualan tunai dengan lebih menekankan pada segi distribusi dan penetapan harga sehingga dapat memiliki daya saing yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R., Derrden, J., and Bedford, N, M. 2001. *Sistem pengendalian Manajemen*. Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.
- Baridwan, Z. 1991. *Dasar-dasar Pembelanjaan*. UGM, Yogyakarta.
- Collet, N., dan Schell, C., 1992, *Corporate Credit Analysis*, Euromoney Publications PLC Nestor House, London.
- Darmawi, Herman, *Manajemen Risiko*, Cetakan Kelima, Bumi Asksara, Jakarta, 1999
- Gie, K.K. 1999. *Ekonomi Indonesia dalam Krisis dan Transisi Politik*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gitosudarmo, H.I., dan Basri, H. 2002. *Manajemen Keuangan*. Edisi 4. BPFE, Yogyakarta.
- Hale, R.H, 1983, *Credit Analysis A Complete Guide*, Jhon Wiley And Sons. Inc.
- Halim, A. 2003. *Analisis Investasi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Heckert, J.B. 1993. *Controllershship*, Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta. Hunger, J.D., dan Wheelem, T. L. 2001. *Manajemen Strategi*. Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Holmes, A.W., And Burns, D. C. 1983. *Auditing Norma dan Prosedur*. Erlangga. Jakarta.
- Hunger, J.D., dan Wheelem, T. L. 2001. *Manajemen Strategi*. Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kadri, Sartono, *Analisis Kredit Bermasalah Penyelamatan Kredit dan Penyelesaian Kredit*, Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1996
- Mulyadi. 2001. *Sistim Akuntansi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Riyanto, B. 2001. *Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi 4. BPFE, Yogyakarta.

- Sutojo, S. 1997. *Manajemen Kredit Bermasalah*. Pustaka Binaman Presindo, Jakarta.
- Suyatno, T., Chalik, H.A., Sukada, M. Ananda C. T. Y., dan Marala, D.T. 2003. *Dasar-dasar Perkreditan*. Edisi keempat. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Syamsuddin, L. 2002. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Baru. Rajawali Press, Jakarta.
- Tunggal A.W., Tunggal. A. D. 1999. *Akuntansi Leasing*. Rineka Cipta, Jakarta.

