



**ANALISIS EFISIENSI SISTEM PENJUALAN KREDIT  
PADA PT. CLB DI MAKASSAR**



PERPUSTAKAAN PUSAT UNIVERSITAS HASANUDDIN	
tgl. Terima	9 - 10 - 03.
Asal Dari	Elmanai
Banyaknya	1 (satu)
Harga	-
No. Inventaris	0508 09 189
No. Klas	15928

OLEH :

**MASRAWATI KUASA**

**A211 98 020**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2003**

**ANALISIS EFISIENSI SISTEM PENJUALAN KREDIT**

**PADA PT. CLB DI MAKASSAR**

Oleh :

**MASRAWATI KUASA**

**A211 98 020**

**SKRIPSI INI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT**

**UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

**PADA JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

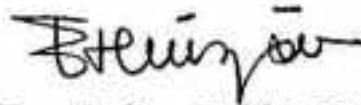
**DISETUJUI OLEH :**

**Konsultan I**



**Dra. Hj. Ariati, S.U.**

**Konsultan II**



**Dra. Erlina Pakki, M.A.**

**HALAMAN PENGESAHAN**

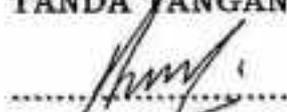
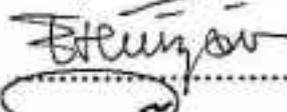
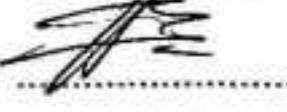
**Judul** : ANALISIS EFISIENSI SISTEM PENJUALAN  
KREDIT PADA PT. CLB DI MAKASSAR

**Nama** : MASRAWATI KUASA

**Nomor Pokok** : A211 98 020

**Program Studi** : STRATA SATU (S1) FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN

**DISETUJUI TIM PENGUJI :**

<b>JABATAN</b>	<b>NAMA</b>	<b>TANDA TANGAN</b>
<b>Ketua</b> :	Dra.Hj. Ariati, S.U.	
<b>Sekretaris</b> :	Dra. Erlina Pakki, M.A.	
<b>Anggota</b> :	1. Drs.Muhammad Toaha, M.B.A.	
	2. Dr. Rahman Kadir, M.Si.	
	3. Dra. Djumidah Maming, M.Si.	

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T atas berkah dan rahmat serta hidayah Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pendidikan Strata Satu (S-1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Hasanuddin Makassar.

Adapun tujuan penelitian ini merupakan upaya penerapan pendidikan dan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama berada dalam masa perkuliahan yang kemudian diterapkan dalam dunia yang sesungguhnya.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan rasa hormat yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Ketua Jurusan dan Penasehat Akademik atas kerjasamanya selama penulis menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Ibu Dra. Hj. Ariaty, SU selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis didalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Erlina Pakki, MA selaku Pembimbing II yang banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Para Dosen dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis baik selama mengikuti aktivitas akademik maupun dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pimpinan dan seluruh staf PT. Columbindo Perdana Cabang Makassar atas bantuan dan kerjasamanya selama penulis mengadakan penelitian.
6. Rekan-rekan Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Angkatan 1998 serta sobat-sobatku yang manis Rances, Bur, Lani, Arne, Amel dan Indri atas dukungan morilnya.
7. Dan spesial buat Piyho yang setia mendukungku selama ini dan menjadikan penulis sebagai kebanggaan tersendiri.

Penulis juga ingin menyampaikan sembah sujud yang sedalam-dalamnya kepada kedua Orangtua penulis atas jerih payahnya yang tak kenal lelah sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Hasanuddin Makassar.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya penulis mengharapkan adanya masukan dan kritikan dari rekan-rekan mahasiswa(i), dosen atau pihak-pihak lain agar menjadi lebih baik. Penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat di kemudian hari. Amien.

Makassar, Juni 2003

**Penulis**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan .....	3
1.4. Hipotesis .....	4
1.5. Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II METODE PENELITIAN</b> .....	6
2.1. Objek Penelitian .....	6
2.2. Jenis dan Sumber Data .....	6
2.3. Metode Penelitian .....	7
2.4. Metode Analisis .....	7

<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
3.1. Penjualan Kredit .....	9
3.2. Pengertian Efisiensi .....	10
3.3. Biaya Yang Ditimbulkan Oleh Piutang .....	11
 <b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	 <b>13</b>
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	13
4.2. Struktur Organisasi .....	16
4.3. Fungsi dan Uraian Tugas .....	16
4.4. Prosedur Penjualan Sewa Beli (Kredit) .....	25
 <b>BAB V ANALISIS EFISIENSI PENGELOLAAN PIUTANG</b>	
<b>DAGANG PADA PT. CLB .....</b>	<b>32</b>
5.1. Perkembangan Penjualan Perusahaan .....	32
5.2. Perkembangan Komposisi Penjualan.....	39
5.3. Perkembangan Tunggakan Angsuran dan Perbandingan Perkembangan Penjualan Sewa Beli Perusahaan dengan Perkembangan Tunggakan Angsuran .....	41
5.4. Perhitungan <i>Interest Rate</i> Dari Angsuran Tanpa <i>Down Payment</i> .....	43
5.5. Perhitungan <i>Interest Rate</i> Dari Angsuran Dengan <i>Down Payment</i> .....	47
5.6. Perhitungan Keuntungan Ekonomis dari Penjualan Sewa Beli .....	50

<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>52</b>
6.1. Simpulan.....	52
6.2. Saran .....	53

## DAFTAR TABEL

No.		Halaman
1.	Perkembangan Penjualan Tunai .....	33
2.	Perkembangan Penjualan Sewa Beli .....	35
3.	Perkembangan Penjualan Total .....	37
4.	Perkembangan Komposisi Penjualan .....	39
5.	Proporsi dan Perubahan Proporsi Tunggal .....	42
6.	Daftar Angsuran Tanpa DP Untuk 8 Sampel Produk Pada Berbagai Lama Angsuran .....	44
7.	<i>Interest Rate</i> dari Harga Kredit Tanpa DP Untuk 8 Sampel Produk Pada Berbagai Lama Angsuran .....	45
8.	Daftar Angsuran Dengan DP Untuk 8 Sampel Produk Pada Berbagai Lama Angsuran .....	48
9.	<i>Interest Rate</i> dari Harga Kredit Dengan DP Untuk 8 Sampel Produk Pada Berbagai Lama Angsuran .....	48

## DAFTAR GAMBAR

No.		Halaman
1.	Skema Prosedur Penjualan Sewa Beli (Kredit) .....	25
2.	Skema Proses Penagihan Utang .....	30
3.	Grafik Perkembangan Penjualan Tunai .....	34
4.	Grafik Perkembangan Penjualan Sewa Beli.....	36
5.	Grafik Perkembangan Penjualan .....	38
6.	Diagram Perkembangan Komposisi Penjualan .....	40
7.	Grafik <i>Interest Rate</i> Kredit Tanpa DP Pada Berbagai Lama Angsuran .....	46
8.	Grafik <i>Interest Rate</i> Kredit Dengan DP Pada Berbagai Lama Angsuran .....	49

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan di samping mempertahankan kontinuitas perusahaan dan mengembangkan usahanya. Agar tujuan tersebut dapat dicapai maka perusahaan dituntut memiliki manajemen yang baik, serta dapat menerapkan kebijakan-kebijakan yang menjadi pedoman pelaksanaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin tajam.

Persaingan yang semakin ketat membuat setiap perusahaan menempuh berbagai kebijakan untuk mempertahankan eksistensi dan operasinya. Salah satu di antaranya adalah dengan menerapkan sistem kredit untuk meningkatkan volume penjualannya. Tetapi hal ini akan menimbulkan Piutang Dagang yang pada dasarnya adalah investasi sementara dari perusahaan terhadap debitur.

Pada dasarnya piutang merupakan unsur yang paling penting dalam struktur aktiva lancar. Pengelolaan Piutang Dagang perlu direncanakan dan dipertimbangkan secara seksama sehingga dapat berjalan secara efektif pada tingkat efisiensi tertentu, baik mengenai

prosedur piutang maupun masalah lain sehubungan dengan Piutang Dagang tersebut.

Risiko dari sistem kredit tersebut harus pula diperhitungkan secara utuh dan menyeluruh. Lagipula secara otomatis Piutang Dagang menimbulkan biaya modal karena Piutang Dagang adalah suatu bentuk investasi.

Keterlambatan pembayaran Piutang Dagang oleh Debitur menyebabkan peningkatan biaya modal. Hal tersebut bukan hanya sebagai penyebab tetapi juga sebagai indikator kemungkinan tak tertagihnya Piutang Dagang. Dan bila ini terjadi maka bukan hanya berarti inefisiensi tetapi kerugian. Oleh karena itu kebijakan piutang harus mempunyai sistem evaluasi yang terus menerus.

PT. CLB adalah perusahaan penjualan barang elektronik dan furniture yang didominasi oleh kebijakan penjualan kredit (dengan nama penjualan sewa beli). Jangka Waktu Kredit yang diberikan oleh PT. CLB adalah sampai 24 bulan. Dan yang menjadi fokus penulis adalah bahwa PT. CLB memberikan kredit selama 6 bulan dengan bunga 0% untuk beberapa jenis barang tertentu, padahal perusahaan manapun akan membutuhkan pembiayaan terhadap piutang dagangnya.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis mengangkat judul **"Analisis Efisiensi Sistem Penjualan Kredit Pada PT. CLB Di Makassar."**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

**Apakah penjualan dengan sistem kredit yang dilakukan oleh PT. CLB Di Makassar telah dilakukan secara efisien ?**

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1) Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi dari sistem kredit pada penjualan yang dilakukan oleh PT. CLB Di Makassar selama periode tahun 2000 sampai dengan tahun 2001.

### **2) Kegunaan Penelitian**

- a. Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan di dalam mengevaluasi sistem penjualan kredit perusahaan.
- b. Sebagai referensi untuk pengkajian lebih lanjut bagi mereka yang memerlukannya.

#### **1.4 Hipotesis**

Diduga penjualan dengan sistem kredit yang dilakukan oleh PT. CLB Di Makassar telah dilakukan secara efisien.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Bab Pertama merupakan pendahuluan yang menggambarkan secara umum isi skripsi ini, menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

Bab Kedua merupakan metode penelitian yang berisi tentang objek penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

Bab Ketiga merupakan tinjauan pustaka yang menguraikan penjualan kredit, pengertian efisiensi, dan biaya yang ditimbulkan oleh piutang

Bab Keempat merupakan gambaran umum perusahaan yang menjadi objek penelitian skripsi ini, meliputi sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, uraian tugas dan gambaran kegiatan perusahaan.



Bab Kelima merupakan pembahasan efisiensi dari sistem kredit pada penjualan yang dilakukan oleh PT. CLB Di Makassar pada periode tahun 2000 sampai dengan tahun 2001.

Bab Keenam merupakan simpulan dan saran-saran.

## **BAB II METODE PENELITIAN**

### **2.1. Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan dagang PT. CLB Cabang Makassar yang bergerak dibidang penjualan elektronik dan furniture.

### **2.2. Jenis dan Sumber Data**

#### **2.2.1. Jenis Data**

1. Data kuantitatif berupa data penjualan kredit periode tahun 2000 dan tahun 2001, laporan penunggakan dan sumber pembiayaan perusahaan.
2. Data kualitatif berupa data aktifitas pengelolaan piutang, kebijakan-kebijakan pengelolaan piutang, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, uraian tugas dan lain sebagainya

#### **2.2.2. Sumber Data**

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan pimpinan dan staf maupun karyawan perusahaan.

2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa dokumen dan laporan tertulis yang sudah diolah, serta dari berbagai literatur yang relevan.

### **2.3. Metode Penelitian**

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) untuk memperoleh landasan teori dari berbagai literatur yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.
2. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek serta wawancara secara langsung pada pimpinan perusahaan dan para karyawan, khususnya bagian penjualan.

### **2.4. Metode Analisis**

Untuk menguji hipotesis yang diajukan maka penulis menggunakan metode analisis berikut :

1. Perhitungan dan perbandingan perkembangan penjualan tunai, kredit, dan total yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Perhitungan dan perbandingan perkembangan antara penjualan kredit dan tunggakan kredit.

3. Perhitungan kembali *interest rate* dan perbandingannya pada kredit tanpa uang muka terhadap kredit dengan uang muka, serta perbandingannya pada berbagai jangka waktu angsuran.
4. Perhitungan keuntungan ekonomis kredit (bebas biaya operasional dan non operasional, bebas pajak, bebas biaya modal dan bebas risiko kredit macet).

### BAB III TINJAUAN PUSTAKA

#### 3.1. Penjualan Kredit

Menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland (1996 ; 400), jika barang dijual secara kredit maka akan perkiraan (account) pada aktiva yaitu piutang dagang (account receivable).

Menurut Lukman Syamsuddin (2000 ; 255), piutang dapat timbul karena adanya transaksi secara kredit oleh perusahaan kepada para langganannya. Untuk dapat mempertahankan langganan-langganan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik langganan-langganan baru maka perusahaan pada umumnya melakukan penjualan secara kredit.

Menurut Indriyo Gitosudarmo dan Basri (2002 : 81) piutang adalah aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dilaksanakannya kebijakan **penjualan kredit**. Kebijakan penjualan kredit dapat memberikan keuntungan dalam bentuk :

1. Kenaikan hasil penjualan
2. Kenaikan laba
3. Memenangkan persaingan

Selanjutnya S. Munawir (1995 : 15) menerangkan bahwa piutang dagang adalah tagihan pada pihak lain (kepada kreditur atau

langganan) sebagai akibat adanya **penjualan barang dagangan secara kredit**.

Dengan demikian berarti penjualan kredit menimbulkan piutang atau dengan kata lain penjualan kredit adalah bagian dari piutang sehingga manajemen untuk penjualan kredit akan tercakup dalam manajemen piutang.

### **3.2. Pengertian Efisiensi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995 : 250) dikemukakan bahwa efisiensi adalah kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya).

Menurut Christopher Pass dan Bryan Lowes (1998 : 189) efisiensi adalah hubungan antara faktor input yang langka dengan output (barang dan jasa). Hubungan ini dapat diukur secara fisik atau secara biaya.

Selanjutnya dalam buku 'Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia' yang disunting oleh Farid Harianto dan Siswanto Sudomo (1998 : 330) diuraikan bahwa efisiensi adalah kemampuan untuk menghasilkan keluaran tertentu dengan menggunakan masukan seminimal mungkin. Makin kecil masukan yang digunakan untuk menghasilkan keluaran tertentu,

makin tinggi pula tingkat efisiensi suatu aktivitas. Masukan merupakan suatu pengorbanan sedangkan keluaran adalah hasil yang didapatkan sebagai akibat dari pengorbanan tersebut. Untuk mengukur efisiensi dan produktivitas suatu sistem maka perlu dilakukan pengukuran secara kuantitatif masukan dan keluaran dari sistem tersebut.

### **3.3. Biaya Yang Ditimbulkan Oleh Piutang**

Menurut Lukman Syamsuddin (2000 ; 257) diakui atau tidak, penanaman modal dalam piutang mempunyai biaya-biaya tertentu. Semakin besar piutang semakin besar pula biaya-biayanya, demikian pula sebaliknya.

Menurut Indriyo Gitosudarmo dan Basri (2002 : 82) biaya yang timbul akibat dari adanya piutang adalah :

#### **1. Biaya Penghapusan Piutang**

Biaya penghapusan piutang/piutang ragu-ragu/*bad debt* terhadap tidak tertagihnya sejumlah tertentu dari piutang akan dimasukkan sebagai biaya bad debt atau piutang ragu-ragu yang nantinya akan diadakan penghapusan.

#### **2. Biaya Pengumpulan Piutang**

Dengan adanya piutang maka timbul kegiatan penagihan piutang yang akan menimbulkan biaya.

### 3. Biaya Administrasi

Terhadap piutang juga diperlukan kegiatan administrasi sehingga timbul pula biaya administrasi.

### 4. Biaya Sumber Dana

Dengan terjadinya piutang maka diperlukan dana untuk menjaganya. Dana tersebut menimbulkan biaya yang disebut biaya modal (weighted cost of capital).

## **BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

### **4.1. Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. CLB secara resmi berdiri pada tanggal 28 Februari 1982, didirikan oleh sebuah keluarga yang sudah menekuni dunia bisnis sejak satu abad yang lalu dan sudah memiliki pengalaman panjang dalam bisnis elektronik. Sejak tahun 1950 keluarga ini telah menjadi importir Produk Philips dengan nama "Rasie Electronic" di Medan dan "Palapa Electronic" di Jakarta sebagai distributor untuk seluruh Indonesia.

Sejak produk Jepang memasuki pasar Indonesia pada tahun 1970-an perusahaan ini segera meraih peluang untuk menjadi penyalur produk-produk Jepang yang terkemuka seperti Sanyo, Hitachi, Sharp, Toshiba, National, Mitsubishi dan Pioneer. Para pendiri melihat bahwa dimasa depan permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik akan terus meningkat, tapi disisi lain daya beli masyarakat masih rendah. Kenyataan ini justru dilihat sebagai potensi pasar terbesar yang harus segera digarap dan diolah. Beranjak dari latar belakang pemikiran inilah akhirnya Palapa Electronic merubah strategi pemasarannya dengan melancarkan

penjualan dengan sistem CASH & CREDIT untuk meraih pangsa pasar golongan menengah ke bawah dengan nama PT. CLB.

Pada tahun pertama beroperasinya, PT. CLB melaksanakan aktivitasnya dari sebuah gedung kecil diatas tanah seluas 75 m<sup>2</sup> yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk 111. Dari gedung bersejarah inilah para pendiri menyusun dan merancang strategi-strategi pengembangan jangka pendek sampai dengan jangka panjang. Pada gebrakan tahun pertama ini tanggapan dari masyarakat begitu luar biasa. Namun pada tahun pertama, kegiatan perusahaan membutuhkan pengorbanan penuh, tidak saja dalam bentuk materi tapi juga tenaga, pikiran dan waktu untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

Melimpahnya order permohonan kredit mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan mutu kerja. Sedikit demi sedikit manajemen, administrasi dan strategi perusahaan mulai dibenahi terutama dibidang pemasaran. Tenaga-tenaga operasional dididik dan dilatih baik keterampilan, pengetahuan maupun moral/mental. Keahlian kerja ditingkatkan menuju efektivitas dan efisiensi. Upaya ini tidak percuma terbukti dari adanya peningkatan omzet dari waktu ke waktu.

Menyadari bidang bisnis ini sebagai lahan baru yang demikian cerah, maka bermunculan pula perusahaan sejenis sebagai kompetitor PT. CLB. Hal ini sepenuhnya disadari oleh PT. CLB untuk berjuang dan mempertahankan eksistensinya dengan pengembangan nilai-nilai bisnis baik budaya korporat yang baik maupun sistem pelayanan yang memuaskan. Selanjutnya PT. CLB melebarkan sayap pelayanannya diluar kota Jakarta. Pada bulan Oktober 1983 diresmikan cabang pertama yang berlokasi di Jl. Nur Said, Bandung. Gebrakan pertama ini ternyata membawa peningkatan. Peningkatan dan pengembangan terus dilakukan hingga pada akhir tahun 1987, tercatat PT. CLB telah memiliki 2 (dua) cabang di DKI Jakarta dan 8 (delapan) cabang di luar Jakarta. Seperti layaknya orang tua, kantor pusat tak henti-hentinya memperhatikan dan mengajari cara berjalan yang benar. Hal ini dimaksudkan agar jangan menyimpang dari visi dan misi perusahaan. Meski seluruh cabang diberikan porsi yang sama, tidak semua cabang tumbuh sama suburnya. Hingga saat ini PT. CLB sudah tersebar di 210 kota dan pada 22 propinsi di Indonesia.

Untuk PT. CLB Cabang Makassar berdiri pada tanggal 15 Desember 1986 dimana kantor dan show room yang pertama terletak di Jalan Irian yang kemudian menambah show room di beberapa

tempat baik di dalam kota Makassar maupun di luar kota Makassar yang dipisah menjadi 2 (dua) Region/Area yang disebut Makassar I dan Makassar II. Region Makassar I mencakup kantor dan show room dalam kota Makassar termasuk Kabupaten Gowa, sedangkan Region Makassar II mencakup kantor dan show room di luar kota Makassar.

#### **4.2. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi merupakan gambaran singkat tentang susunan fungsi-fungsi yang terdapat dalam suatu organisasi. Gambaran singkat ini menjelaskan tentang hubungan antara fungsi-fungsi tersebut sehingga dapat diketahui tugas masing-masing fungsi dalam organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan.

Dalam rangka peningkatan mutu kerja PT. CLB telah mengalami beberapa perubahan terhadap struktur organisasinya sehingga PT. CLB dapat menyesuaikan diri dengan perubahan zaman yang semakin maju. Adapun struktur organisasi PT. CLB Cabang Makassar dapat dilihat pada Lampiran 4.

#### **4.3. Fungsi dan Uraian Tugas**

Berdasarkan struktur organisasi PT. CLB Cabang Makassar maka dapatlah dibuat fungsi dan uraian tugas dari masing-masing

bagian. Adapun fungsi dan tugas bagian-bagian tersebut antara lain adalah:

1. Branch Manager (BM)

Branch Manager adalah penanggung jawab tertinggi dalam aktivitas Kantor Cabang, baik untuk hal-hal yang menyangkut internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.

Adapun tugas pokok dari Branch Manager adalah:

- a. Bersama-sama dengan Assistant Branch Manager Marketing, Assistant Branch Manager Keuangan dan Assistant Branch Manager Human Resource and Development dalam merencanakan strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional perusahaan (kantor cabang)
- c. Menganalisa dan memproses persetujuan dan permohonan pembiayaan sesuai dengan batas wewenangnya.
- d. Mengawasi pengeluaran dana untuk dealer.
- e. Menetapkan koordinasi semua aktivitas pada Kantor Cabang dengan Kantor Pusat dan menjaga aktivitas operasional agar dapat berjalan dengan lancar sesuai arah yang diberikan oleh Head Office.

- f. Melakukan perekrutan staf, melihat adanya kesempatan-kesempatan pengembangan, melakukan penilaian, memberi motivasi pada staf sehingga pihak-pihak yang berprestasi dapat diketahui dan diberikan penghargaan yang sesuai.
- g. Mengadakan pertemuan formal ataupun informal secara rutin dengan karyawan agar dapat selalu memonitor hasil kerja, pencapaian target, mengetahui problem yang timbul dan menciptakan keharmonisan suasana kerja.

## 2. Sekretaris

Sekretaris bertanggung jawab kepada Branch Manager.

Adapun tugas pokok dari sekretaris adalah:

- a. Mempersiapkan perjanjian kerjasama dengan pihak lain.
- b. Mempersiapkan agenda kegiatan Branch Manager.
- c. Membuat notulen rapat.
- d. Membuat laporan-laporan yang diperlukan oleh Branch Manager.

## 3. Assistant Branch Manager (ABM) Marketing

ABM Marketing bertanggung jawab kepada Branch Manager.

Adapun tugas pokok dari ABM Marketing adalah:

- a. Bertanggung jawab atas hasil kerja Marketing Staff.

- b. Mencapai booking target serta membantu target tagihan dan bad-debt yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
  - c. Memberikan masukan-masukan mengenai perkembangan pasar dan problem-problem yang ada kepada Branch Manager.
  - d. Mengawasi kelancaran distribusi barang-barang yang diperlukan konsumen/langganan.
  - e. Menyiapkan rencana penjualan secara harian maupun jangka panjang.
4. Assistant Branch Manager (ABM) Keuangan
- ABM Keuangan bertanggung jawab kepada Branch Manager.
- Tugas pokok dari ABM Keuangan adalah sebagai berikut:
- a. Bertanggung jawab atas hasil kerja seluruh bawahannya (staf keuangan).
  - b. Bertanggung jawab atas ketepatan dan kebenaran pemasukan data yang dilakukan oleh bawahannya.
  - c. Memeriksa hasil analisis kelayakan kredit yang dilakukan oleh surveyor serta memutuskan layak atau tidaknya calon konsumen untuk diberikan pembiayaan dengan limit pembiayaan tertentu.
  - d. Membuat laporan keuangan.

e. Membukukan piutang konsumen/langganan.

5. Assistant Branch Manager (ABM) Human Resource and Development (HRD)

ABM HRD bertanggung jawab kepada Branch Manager. Tugas pokok dari ABM HRD adalah:

- a. Merencanakan program kerja tahunan dan besarnya anggaran untuk Divisi Operation and Maintenance serta peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM).
- b. Koordinasi operasi dan Maintenance internal maupun eksternal dengan instansi terkait serta integrasi jaringan baru dengan jaringan yang sudah ada.

6. Bagian Gudang

Kepala Gudang bertanggung jawab kepada Assistant Branch Manager Marketing (ABM Marketing), dengan tugas pokok antara lain adalah:

- a. Bertanggung jawab terhadap pengeluaran serta penyimpanan barang-barang di gudang termasuk penyelenggaraan administrasi persediaan barang-barang tersebut.
- b. Bila stok barang sudah mendekati ketinggian yang sangat menipis untuk dapat memenuhi permintaan

konsumen/langganan, maka bagian gudang bertugas untuk mengisi perincian pembelian barang yang kemudian diajukan kepada ABM Marketing.

- c. Memeriksa barang pesanan apakah yang dikirimkan telah sesuai dengan spesifikasi dari barang-barang pesanan yang akan dijual.
- d. Membuat berita acara atas barang-barang pesanan yang spesifikasinya tidak cocok dengan apa yang dipesan yang dilaporkan pada ABM Marketing.
- e. Menerima barang dan membuat serta menyerahkan faktur penerimaan barang kepada bagian-bagian yang berkepentingan.

#### 7. Chief Accounting (CA)

Chief Accounting bertanggung jawab kepada Assistant Branch Manager Keuangan (ABM Keuangan) dengan tugas pokok adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi tentang tugas-tugas keuangan dan budget analisa.
- b. Memeriksa kebenaran bukti-bukti penerimaan/realisasi pengeluaran, bukti memorial, bukti penerimaan atau pengeluaran stok laporan mutasi.

- c. Membuat daftar stok setiap bulannya.
  - d. Membuat faktur sesuai dengan pesanan konsumen/langganan.
  - e. Membuat surat pernyataan perjanjian kredit dan surat penjamin atas kredit konsumen/langganan.
8. Kepala Pengendali Kredit dan Collection (KPKC)

Kepala Pengendali Kredit dan Collection bertanggung jawab kepada ABM Keuangan.

Adapun tugas pokok dari Kepala Pengendali Kredit dan Collection adalah:

- a. Melakukan analisis kelayakan kredit terhadap calon konsumen/langganan.
- b. Bertanggung jawab atas kelancaran tagihan langganan hingga akhir pembiayaan yang disepakati.
- c. Menyusun daftar-daftar piutang yang akan ditagih.
- d. Mencatat jumlah tagihan yang akan ditagih.
- e. Menerima tagihan dari Collector dan melaporkan hasil penagihan tersebut kepada Assistant Branch Manager Keuangan.

## 9. Bagian Pengiriman

Bagian Pengiriman bertanggung jawab kepada Kepala Gudang.

Adapun tugas pokok dari Bagian Pengiriman adalah:

- a. Menerima delivery order (DO) dari bagian pemasaran dan kemudian mengambil barang yang disertai dengan surat jalan dari bagian gudang.
- b. Memberikan barang sesuai pesanan kepada konsumen/langganan dan meminta tanda tangan konsumen tersebut atas faktur dan surat jalan.
- c. Menerima sejumlah uang dari hasil pembayaran konsumen/langganan dan untuk selanjutnya disetorkan ke Kasir.

## 10. Kasir

Kasir bertanggung jawab sepenuhnya kepada Assistant Branch Manager Keuangan, dengan tugas pokok adalah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan administrasi dan bertanggung jawab terhadap kas kecil.
- b. Menerima dan mempertanggungjawabkan hasil penerimaan atau hasil penjualan pada setiap hari dengan membuat laporan hasil penerimaan.

- c. Membayar pengeluaran keuangan perusahaan yang telah disetujui oleh masing-masing Kepala Bagian yang telah difiat oleh Branch Manager.

11. Supervisor (Spv)

Supervisor pada perusahaan bertugas langsung di lapangan (area) untuk mengadakan bimbingan atau arahan serta mengontrol seluruh kegiatan perusahaan dan karyawan dalam melaksanakan transaksi dan penjualan pada setiap konsumen/langganan.

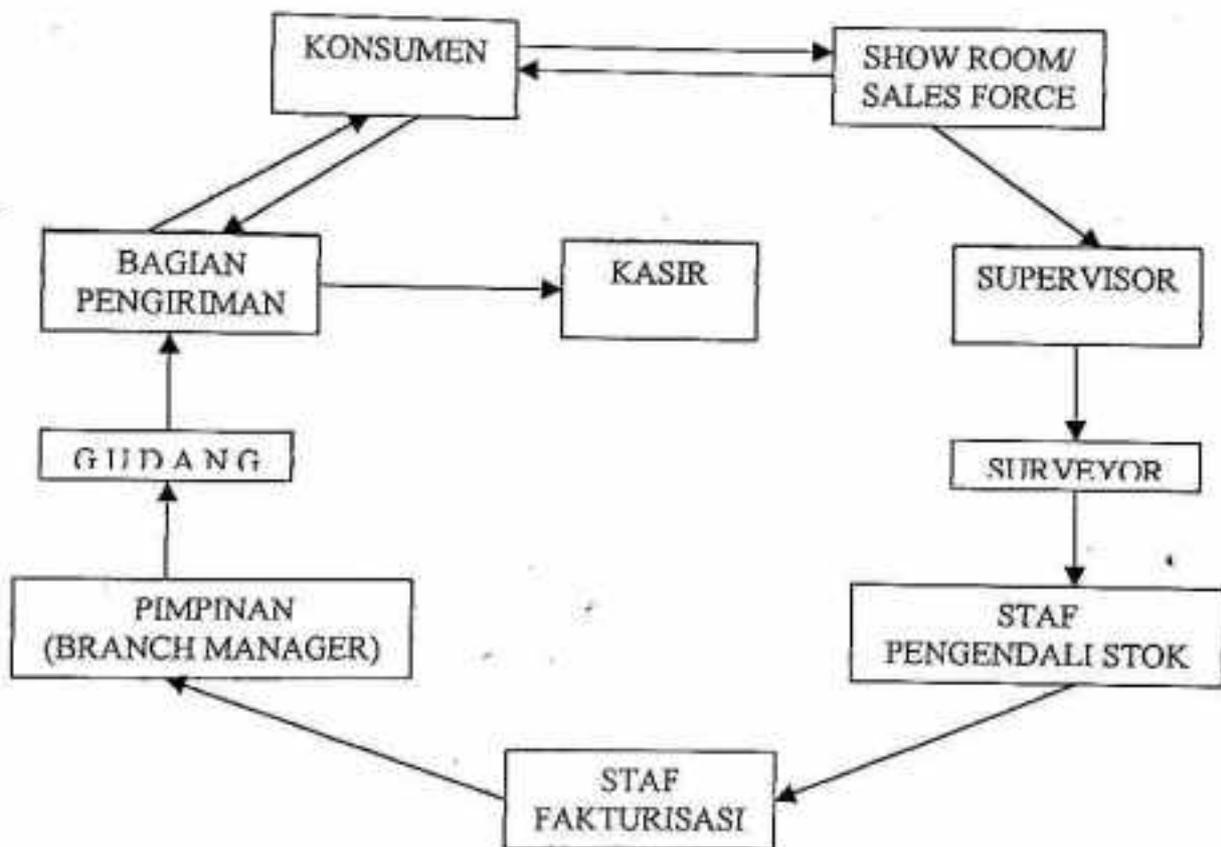
12. Sales Force (SF)

Tugas pokok dari Sales Force antara lain sebagai berikut:

- a. Mencari order atau langganan baik melalui show room atau mendatangi calon konsumen/langganan.
- b. Membuat laporan penjualan harian.
- c. Membantu dalam hal penagihan kepada langganan.
- d. Memperkenalkan produk baru dan mengingatkan produk lama kepada konsumen/langganan atau calon konsumen/langganan.

#### 4.4. Prosedur Penjualan Sewa Beli (Kredit)

Gambar 1  
Skema Prosedur Penjualan Sewa Beli (Kredit)



Sumber : PT. CLB Makassar, Tahun 2003

#### Keterangan:

1. Konsumen mendatangi show room PT. CLB atau menghubungi Sales Force dan melakukan transaksi, serta mengisi formulir permohonan sewa beli yang berisikan tentang:
  - a. Data pribadi calon konsumen
  - b. Tempat tinggal/alamat calon konsumen

- c. Pekerjaan dan penghasilan per bulan calon konsumen
- d. Keterangan apakah sebelumnya calon konsumen/pelanggan pernah melakukan transaksi sewa beli barang pada perusahaan yang bersangkutan atau belum.
- e. Jaminan yang dapat diberikan
- f. Jenis barang yang diinginkan/dibeli
- g. Cara pelunasan sewa bulanan/angsuran per bulan.
- h. Adapun beberapa cara yang dilakukan oleh konsumen/pelanggan dalam melakukan pelunasan sewa bulanan adalah sebagai berikut:
  - Pembayaran langsung oleh konsumen kepada kasir PT.  
CLB
  - Melalui wesel pos
  - Transfer via bank
  - Pembayaran dimuka dengan Cheque mundur

Setelah formulir tersebut ditanda tangani, maka konsumen selanjutnya membayar biaya administrasi sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Salesman meminta kelengkapan data berupa:
  - a. Foto Copy kartu pengenal pemohon (KTP, SIM dan lain-lain)
  - b. Foto Copy Kartu Keluarga
  - c. Foto Copy surat-surat jaminan
  - d. Foto Copy Akte tanah/kontrak rumah
  - e. Foto Copy slip gaji
3. Salesman menyerahkan surat-surat beserta formulir dan kuitansi pembayaran biaya administrasi kepada Supervisor yang bertugas merekap Order In (surat-surat yang masuk)
4. Dari Supervisor diserahkan kepada Bagian Survey (Surveyor). Pada bagian ini dilakukan analisis kelayakan kredit yang meliputi:
  - a. Kekayaan/harta calon konsumen (Capital)
  - b. Kemampuan calon konsumen untuk melakukan pembayaran (Capacity to pay), berupa:
    - Total penghasilan (suami/istri) per bulan
    - Biaya hidup per bulan
    - Jumlah tanggungan
    - Kondisi usaha dari calon konsumen

- c. Karakter/kepribadian dari calon konsumen (Character), berupa:
    - ↳ Hobby/kegemaran
    - ↳ Keharmonisan rumah tangga
    - ↳ Karakter/kepribadian/sikap mental
  - d. Kondisi calon konsumen (Condition), berupa:
    - ↳ Kondisi ekonomi calon konsumen
    - ↳ Kondisi rumah
    - ↳ Kondisi kesehatan calon konsumen dan keluarga
  - e. Jaminan yang diberikan calon konsumen (Collateral), berupa kelengkapan dan keabsahan surat-surat.
5. Jika Surveyor menyatakan layak atau menyetujui calon konsumen/langganan tersebut, maka diteruskan kepada Bagian Stok/Inventory (Staf Pengendali Stok) untuk mengetahui tersedianya barang dengan harga yang tertera pada formulir.
  6. Bagian Stok menyerahkan surat-surat tersebut kepada Bagian Fakturisasi (Staf Fakturisasi) untuk kemudian dibuatkan:
    - a. Faktur sewa beli
    - b. Surat pernyataan penjamin
    - c. Surat pernyataan konsumen mengenai cara pembayaran
    - d. Faktur biaya administrasi

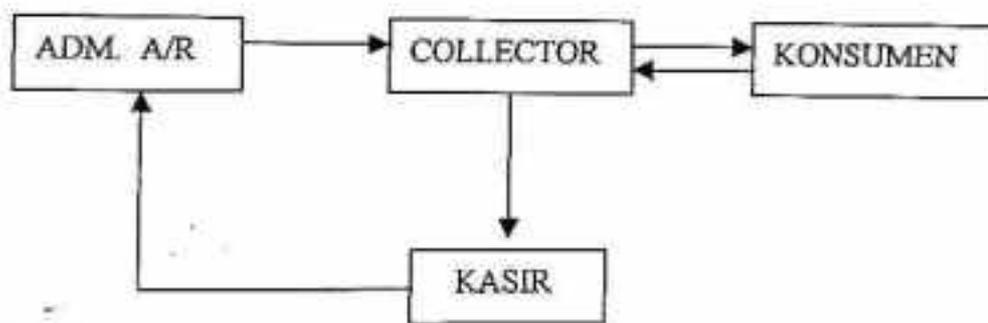
7. Surat-surat kemudian diserahkan kepada Pimpinan (Branch Manager) dan ditandatangani setelah semuanya sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan oleh perusahaan.
8. Setelah ditandatangani, surat-surat tersebut diserahkan kepada Bagian Gudang untuk kemudian menyiapkan pengiriman barang kepada konsumen.
9. Pengiriman kemudian dilakukan oleh petugas yang diberi tanggung jawab untuk itu.
10. Pada saat serah terima dilakukan, konsumen harus menyerahkan uang muka dan uang angsuran pertama, serta menandatangani surat-surat yang dibawa oleh Bagian Pengiriman.
11. Bagian Pengiriman kemudian menyetorkan uang muka dan uang angsuran pertama dari konsumen kepada Kasir disertai dengan surat-surat yang telah ditandatangani oleh konsumen tadi.

Pada umumnya antara debitur (konsumen) dengan pihak kreditur (perusahaan) mempunyai sifat yang berbeda. Dimana pihak debitur bersifat pasif, artinya apabila masa/jangka waktu pembayaran kredit (angsuran kredit) telah habis, terkadang pihak debitur belum segera melakukan kewajibannya dalam membayar

tagihannya walaupun sebenarnya dananya telah tersedia. Sedangkan pihak kreditur bersifat aktif, artinya perusahaan akan terus berusaha menagih piutang-piutangnya.

Adapun proses penagihan piutang PT. CLB Cabang Makassar yang dilakukan kepada konsumen/langganan yang menunggak, yakni sebagai berikut: --

**Gambar 2**  
**Skema Proses Penagihan Utang**



Sumber : PT. CLB Makassar, Tahun 2003

**Keterangan :**

1. Bagian Administrasi Account Receivables (A/R) melakukan pengecekan terhadap konsumen/langganan yang belum melakukan pembayaran (menunggak), dan konsumen yang menunggak tersebut dibuatkan kuitansi penagihan oleh administrasi A/R, kemudian menyerahkan kuitansi-kuitansi tersebut kepada Collector untuk diteruskan kepada konsumen.

2. Apabila konsumen membayar tagihan/angsurannya kepada Collector, maka Collector akan menyetorkan hasil tagihan tersebut kepada Kasir disertai kuitansi penagihan.
3. Kasir kemudian akan melaporkan kembali kepada Bagian Administrasi A/R untuk menyesuaikan dengan kartu piutang konsumen/langganan.

**BAB V**  
**ANALISIS EFISIENSI SISTEM PENJUALAN KREDIT**  
**PADA PT. CLB DI MAKASSAR**

**5.1 Perkembangan Penjualan Perusahaan**

Penjualan yang dilakukan oleh PT. CLB di Makassar didominasi oleh penjualan secara mengangsur (kredit) walaupun penjualan secara cash/tunai juga dilakukan oleh perusahaan.

**1. Perkembangan Penjualan Tunai**

Harga tunai barang yang dijual oleh PT. CLB relatif sama dengan harga tunai di pasaran. PT. CLB secara relatif tidak (bertujuan) mengambil keuntungan dari selisih lebih harga yang ditetapkannya dengan harga yang berlaku di pasaran.

Tetapi tampaknya penjualan tunai PT. CLB tidak mengalami peningkatan secara kontinyu seperti pada penjualan kreditnya. Data perkembangan penjualan tunai PT. CLB sebagai berikut :

**TABEL 1**  
**PERKEMBANGAN PENJUALAN TUNAI**  
**PERIODE TAHUN 1997 - TAHUN 2001**

Tahun	Penjualan Tunai		Keterangan
	Nilai (Rp.)	Perubahan (%)	
1997	125.404.000	-	-
1998	245.050.000	95,41	Meningkat
1999	263.505.000	7,53	Meningkat
2000	425.000.000	61,29	Meningkat
2001	125.890.000	-70,38	Menurun

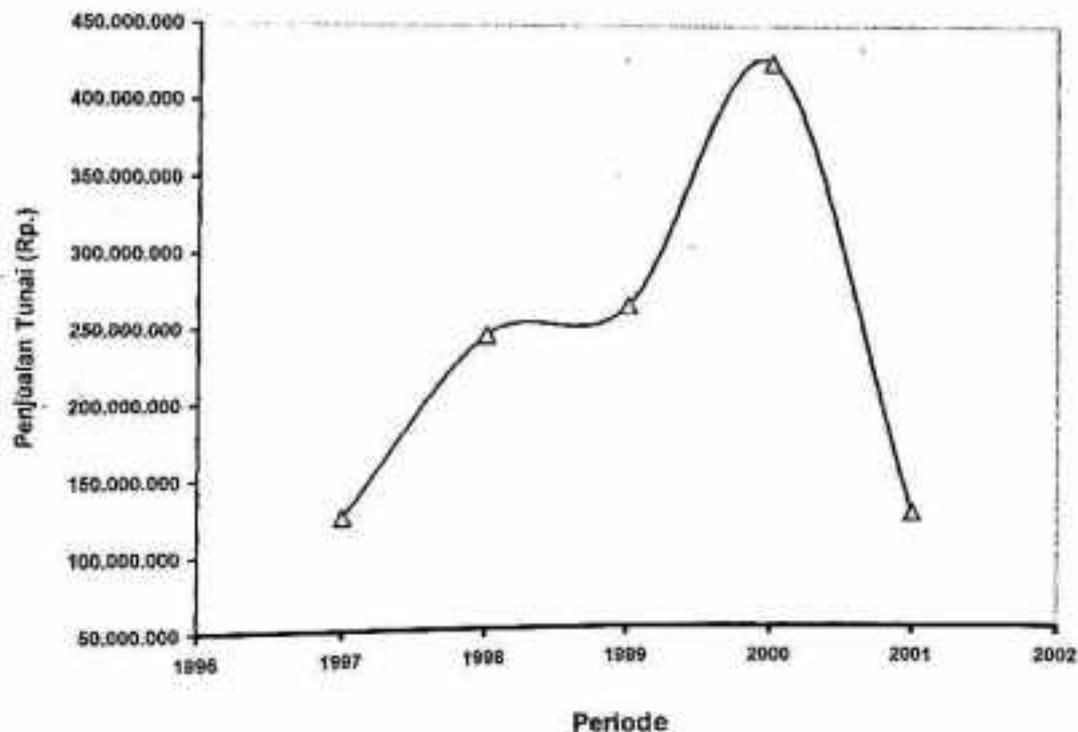
Sumber : Data diolah

Pada periode tahun 1998 terjadi peningkatan penjualan tunai sebesar 95,41% yaitu dari Rp. 125.404.000 menjadi Rp. 245.050.000. Pada periode tahun 1999 terjadi peningkatan lagi tetapi peningkatannya menurun menjadi 7,53% yakni dari posisi Rp. 245.050.000 berubah menjadi Rp. 263.505.000. Pada periode tahun 2000, peningkatan penjualan perusahaan meningkat kembali menjadi 61,29% dan menjadikan tingkat penjualan mencapai Rp. 425.000.000 tetapi pada periode tahun 2001, bukan lagi terjadi penurunan dari peningkatan penjualan seperti pada periode tahun 1999 tetapi penurunan penjualan. Pada periode tahun 2001 terjadi penurunan yang drastis terhadap penjualan tunai perusahaan sebesar 70,38% menjadikan posisi tingkat penjualan tunai berubah

kembali secara relatif seperti posisi pada tahun 1997 yaitu Rp. 125 Juta.

Perkembangan penjualan tunai perusahaan PT. CLB mengalami fluktuasi yang besar dan cenderung mengalami penurunan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut :

**GAMBAR 3**  
**GRAFIK PERKEMBANGAN PENJUALAN TUNAI**



Grafik tersebut di atas menunjukkan fluktuasi tetapi lebih cenderung kepada pembalikan arah ke posisi awal yaitu posisi tingkat penjualan tahun 1997. Hal ini dapat terjadi karena

penurunan itu sendiri atau pengalihan fokus penjualan tunai menjadi penjualan kredit.

## 2. Perkembangan Penjualan Kredit

Untuk membuktikan apakah penurunan penjualan tunai terjadi karena penurunan penjualan atau karena peralihan penjualan tunai kepada penjualan kredit maka dapat dilihat dari perkembangan penjualan kredit perusahaan sebagai berikut :

**TABEL 2**  
**PERKEMBANGAN PENJUALAN KREDIT**  
**PERIODE TAHUN 1997 - TAHUN 2001**

Tahun	Penjualan Kredit		Keterangan
	Nilai (Rp.)	Perubahan (%)	
1997	1.520.140.800	-	-
1998	2.956.480.600	94,49	Meningkat
1999	1.685.327.000	-43,00	Menurun
2000	3.125.648.000	85,46	Meningkat
2001	9.532.000.000	204,96	Meningkat

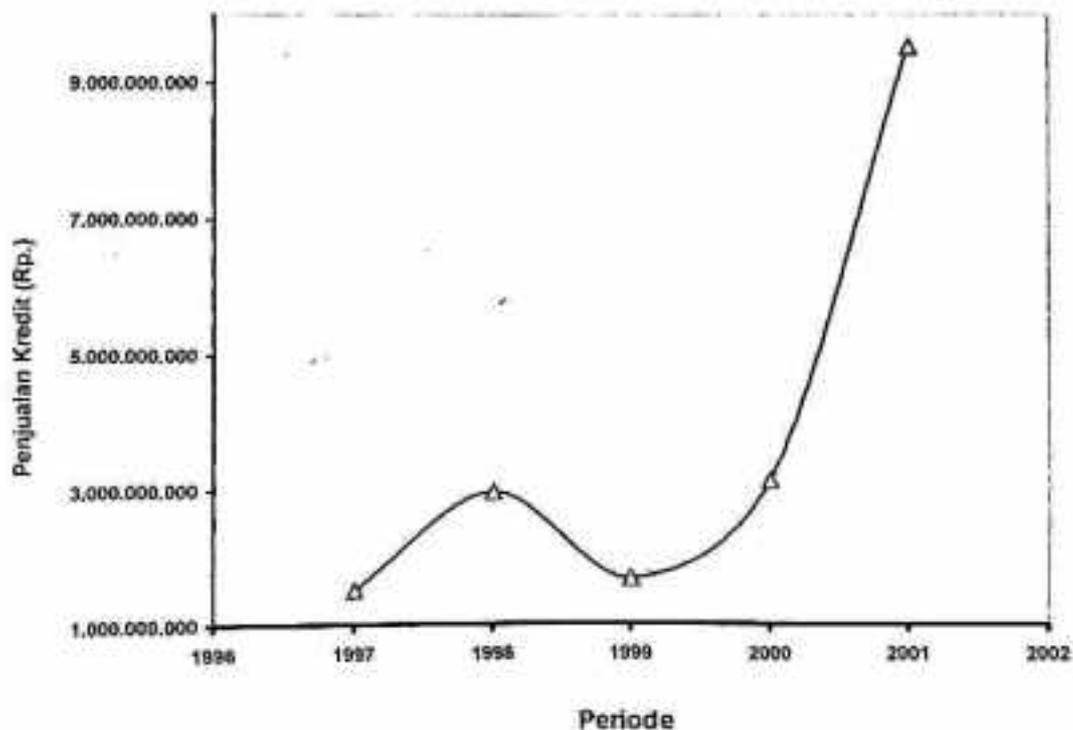
Sumber : Data diolah

Pada periode tahun 1998 terjadi peningkatan penjualan kredit sebesar 94,49% yaitu dari tingkat penjualan Rp. 1.520.140.800 menjadi Rp. 2.956.480.600. Pada periode tahun 1999 terjadi penurunan penjualan kredit sebesar 43% menyebabkan posisi tingkat penjualan menjadi Rp. 1.685.327.000. Pada periode tahun 2000 terjadi peningkatan kembali terhadap penjualan kredit yaitu

sebesar 85,46% kemudian peningkatan tersebut meningkat drastis menjadi 204,96% sehingga posisi penjualan kredit pada akhir tahun 2001 adalah Rp. 9.532.000.000.

Penjualan kredit perusahaan cenderung mengalami peningkatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut :

**GAMBAR 4**  
**GRAFIK PERKEMBANGAN PENJUALAN KREDIT**



Berdasarkan grafik di atas terjawablah pertanyaan apakah penurunan penjualan tunai terjadi karena penurunan penjualan atau karena peralihan penjualan tunai kepada penjualan kredit. Jelas

bahwa konsentrasi perusahaan akan bergeser kepada penjualan kredit secara utuh (100%).

### 3. Perkembangan Penjualan Total dan Sumber Kontribusi Perkembangan

Penjualan total perusahaan akan cenderung mengalami peningkatan karena perkembangan penjualan total dari perusahaan akan mengikuti perkembangan penjualan kredit sebagai elemen yang mendominasinya. Data penjualan secara utuh adalah sebagai berikut :

**TABEL 3**  
**PERKEMBANGAN PENJUALAN TOTAL**  
**PERIODE TAHUN 1997 - TAHUN 2001**

Tahun	Penjualan Total		Keterangan
	Nilai (Rp.)	Perubahan (%)	
1997	1.645.544.800	-	-
1998	3.201.530.600	94,56	Meningkat
1999	1.948.832.000	-39,13	Menurun
2000	3.550.648.000	82,19	Meningkat
2001	9.657.890.000	172,00	Meningkat

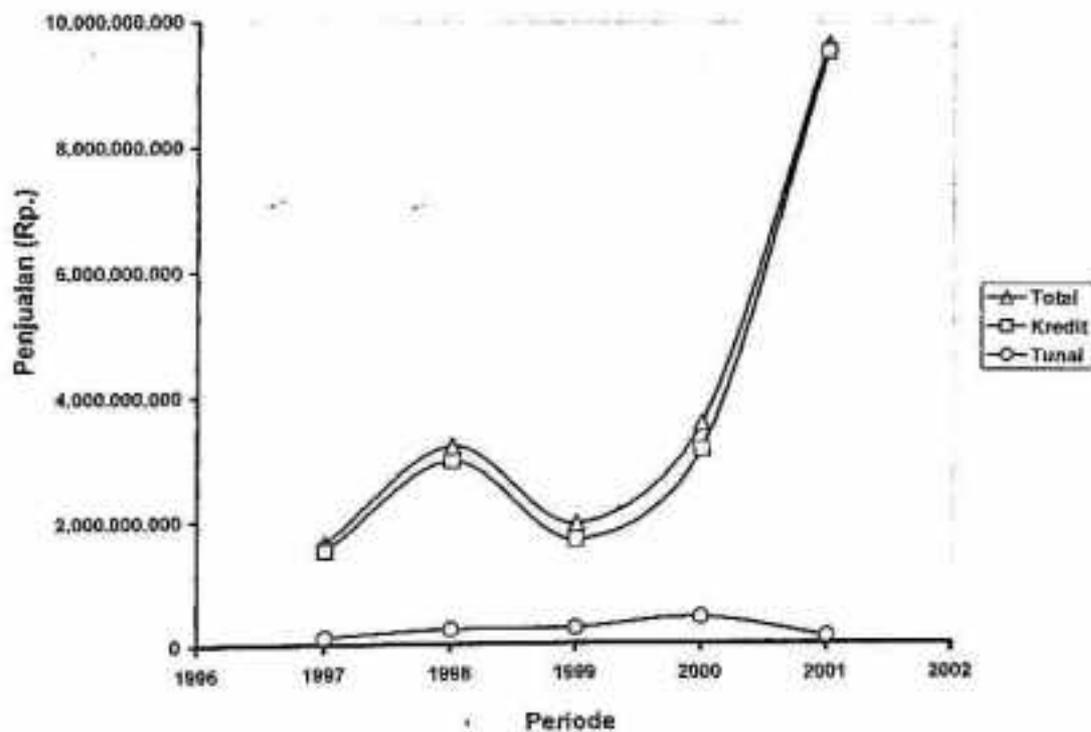
Sumber : Data diolah

Pada periode tahun 1998 terjadi peningkatan sebesar 94,56% yaitu dari Rp. 1.645.544.800 menjadi Rp. 3.201.530.600. Pada periode tahun 1999 terjadi penurunan sebesar 39,13% menjadikan tingkat penjualan total Rp. 1.948.832.000. Pada periode tahun 2000

dan 2001 terjadi peningkatan kembali masing-masing 82,19% kemudian 172%, sehingga posisi tingkat penjualan total pada akhir tahun 2001 adalah Rp. 9.657.890.000.

Pola perkembangan penjualan total tersebut sama dengan pola perkembangan penjualan kredit perusahaan yaitu keduanya cenderung menunjukkan peningkatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut :

**GAMBAR 5**  
**GRAFIK PERKEMBANGAN PENJUALAN**



Berdasarkan grafik di atas, secara relatif menurut skalanya penjualan tunai adalah konstan. Pola perubahan penjualan kredit sama dengan pola penjualan total. Hal ini jelas disebabkan karena proporsi penjualan kredit dalam penjualan total adalah sangat besar.

## 5.2 Perkembangan Komposisi Penjualan

Komposisi penjualan yang dimaksud adalah susunan proporsi tiap elemen penjualan dalam penjualan total perusahaan. Elemen penjualan PT. CLB terbagi dua yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Perkembangan komposisi penjualan tersebut sebagai berikut :

**TABEL 4**  
**PERKEMBANGAN KOMPOSISI PENJUALAN**  
**PERIODE TAHUN 1997 - TAHUN 2001**

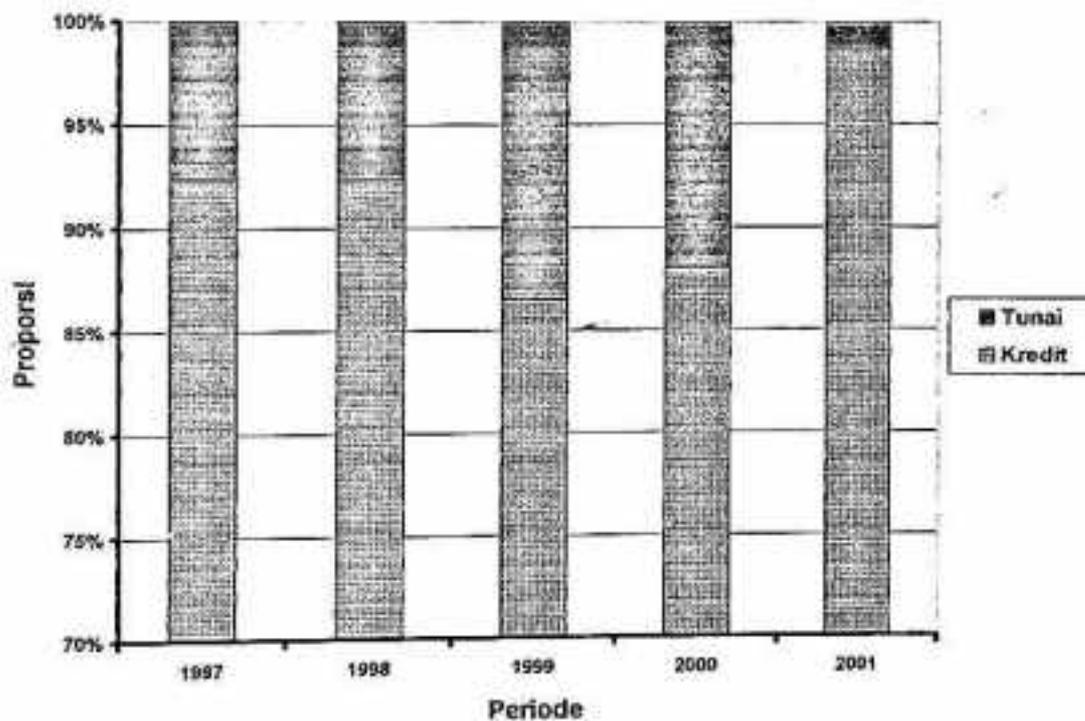
Tahun	Proporsi Penjualan (Rp)					
	Kredit			Tunai		
	Nilai	Perubahan	Keterangan	Nilai	Perubahan	Keterangan
1997	0,92	-	-	0,08	-	-
1998	0,92	-0,04	Menurun	0,08	0,44	Meningkat
1999	0,86	-6,35	Menurun	0,14	76,65	Meningkat
2000	0,88	1,79	Meningkat	0,12	-11,47	Menurun
2001	0,99	12,12	Meningkat	0,01	-89,11	Menurun

Sumber : Data diolah

Pada periode tahun 1998 terjadi penurunan proporsi penjualan kredit yang sangat tidak signifikan sebesar 0,04% (confidence level 95%) tetapi peningkatan proporsi yang juga belum signifikan pada sisi penjualan tunai sebesar 0,44%. Pada tahun 1998 tersebut, proporsi penjualan kredit sangat besar yaitu 92,35% yang

menunjukkan bahwa PT. CLB mempunyai bisnis utama berupa penjualan secara kredit. Kecenderungan proporsi tersebut berlanjut terus sampai pada tahun 2001 yang bahkan mencapai 98,70% yang berarti penjualan tunai sudah tidak signifikan dalam berkontribusi penjualan perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada diagram batang berikut :

**GAMBAR 6**  
**PERKEMBANGAN KOMPOSISI PENJUALAN**



Perubahan komposisi yang mengarah kepada 100% penjualan kredit menunjukkan usaha penghapusan penjualan tunai atau pengaruh eksternal di mana konsumen lebih memilih distributor

yang spesifik (misalnya membeli barang elektronik di toko elektronik, membeli komputer di toko komputer, membeli meubel di toko meubel) yang menawarkan berbagai merek, berbagai tipe dan harga yang jelas sesuai harga pasar.

### **5.3 Perkembangan Tunggakan Angsuran dan Perbandingan Perkembangan Penjualan Kredit Perusahaan dengan Perkembangan Tunggakan Angsuran.**

Yang dimaksud dengan menunggak pada lingkup kredit dari PT. CLB adalah tidak membayar angsuran pembelian. Angsuran pembelian tersebut (secara pembayaran *default*, bukan hasil negosiasi cara pembayaran) terdiri dari angsuran pokok dan angsuran bunga yang tidak terpisahkan sehingga tidak boleh dibayar terpisah. Bila konsumen dikategorikan menunggak berarti konsumen tidak membayar angsuran pembelian pada waktunya, baik menunggak angsuran pokok maupun menunggak angsuran bunga.

Pada periode Tahun 2000 terjadi tunggakan sebesar Rp. 328.521.014 dan meningkat sebesar 98,6% menjadi Rp. 652.354.961 pada Tahun 2001. Proporsi dan perubahan proporsi dari tunggakan tersebut terhadap tingkat penjualan kredit pada periode tahun yang sama adalah sebagai berikut :

**TABEL 5**  
**PROPORSI DAN PERUBAHAN PROPORSI TUNGGAKAN**

Tahun	Tunggakan (Rp)	Penj. Kredit (Rp)	Proporsi Tunggakan (%)	Perubahan (%)
2000	328.521.014	3.125.648.000	10,51	-
2001	652.354.961	9.532.000.000	6,84	-34,89

Sumber : Data diolah

Proporsi tunggakan pada periode tahun 2000 adalah 10,51% kemudian menurun menjadi 6,84% pada periode tahun 2001. Pada skala nominal, seperti dikemukakan sebelumnya, terjadi peningkatan tunggakan sebesar 98,6% pada periode Tahun 2001 dari Tahun 2000. Bila setiap satuan nilai penjualan membawa risiko tak terbayar (*default*) yang sama maka peningkatan penjualan juga akan menyebabkan potensi peningkatan tunggakan. Sehingga peningkatan tunggakan secara nominal sebesar 98,6% tersebut tidak berarti bahwa sistem penjualan kredit perusahaan semakin tidak efisien sebab tingkat penjualan kredit juga meningkat sebesar 172% jauh melebihi peningkatan tunggakan tersebut.

Berdasarkan runtutan implikasi tersebut maka yang dapat menggambarkan pola perkembangan tunggakan perusahaan jelas adalah proporsi tunggakan terhadap penjualan kredit. Pada tahun 2001 terjadi penurunan proporsi tunggakan sebesar 34,89%, suatu angka yang signifikan untuk interpretasi bahwa **sistem penjualan kredit PT. CLB semakin efisien.**



#### 5.4 Perhitungan *Interest Rate* Dari Angsuran Tanpa *Down Payment*

Data yang tersedia diperoleh penulis dari perusahaan adalah data angsuran dan data harga tunai. Sehingga *interest rate* dari kredit yang diberikan oleh perusahaan harus dihitung berdasarkan data yang tersedia tersebut. Perhitungan besarnya angsuran kredit tanpa uang muka (DP) adalah sebagai berikut :

$$\text{Angsuran} = \frac{CP(1+in)}{n}$$

$$\text{Angsuran}(n) = CP(1+in)$$

$$1+in = \frac{\text{Angsuran}(n)}{CP}$$

$$in = \frac{\text{Angsuran}(n)}{CP} - 1$$

$$i = \frac{\frac{\text{Angsuran}(n)}{CP} - 1}{n}$$

$$i = \frac{\text{Angsuran}}{CP} - \frac{1}{n}$$

di mana  $CP = \text{Cash Price}$  atau harga tunai,  $n$  adalah jangka waktu kredit (jangka waktu angsuran) dan  $i$  adalah *interest rate*.

**TABEL 6**  
**DAFTAR ANGSURAN TANPA DP UNTUK 8 SAMPEL PRODUK**  
**PADA BERBAGAI JANGKA WAKTU ANGSURAN**

Type	Cash Price (Rp)	Lama Angsuran (Bulan)						
		6	8	10	12	15	18	24
KURSI TAMU	1.415.000	335.000	276.000	241.000	217.000	186.000	171.000	144.000
SOFA	2.259.000	535.000	441.000	384.000	346.000	297.000	272.000	230.000
SPRING BED	1.219.000	288.000	238.000	207.000	187.000	161.000	147.000	124.000
MEJA RIAS	1.077.000	266.000	221.000	194.000	176.000	-	-	-
TEMPAT TIDUR BESI	1.720.000	407.000	335.000	292.000	264.000	226.000	207.000	175.000
BUFFET	1.670.000	379.000	309.000	267.000	239.000	203.000	185.000	153.000
TV TOSHIBA	1.731.000	410.000	338.000	295.000	266.000	228.000	209.000	176.000
LEMARI ES SHARP	2.409.000	570.000	470.000	410.000	369.000	317.000	290.000	245.000

Sumber : Data diolah

PT. CLB Makassar (Tahun 2003) menawarkan maksimal tujuh paket angsuran yaitu dengan jangka waktu angsuran 6 bulan, 8 bulan, 10 bulan, 12 bulan, 15 bulan, 18 bulan, dan 24 bulan dengan besar angsuran yang ditetapkan oleh perusahaan melalui cara perhitungan besar angsuran tanpa DP seperti yang disebutkan sebelumnya. Sehingga dengan menggunakan rumus turunan

$$i = \frac{\text{Angsuran}}{\text{CP}} - \frac{1}{n}, \text{ dapat dihitung kembali berapa } \textit{interest rate} \text{ yang}$$

dikenakan perusahaan pada harga kreditnya.

**TABEL 7**  
**INTEREST RATE DARI HARGA KREDIT TANPA DP**  
**UNTUK 8 SAMPEL PRODUK**  
**PADA BERBAGAI JANGKA WAKTU ANGSURAN**

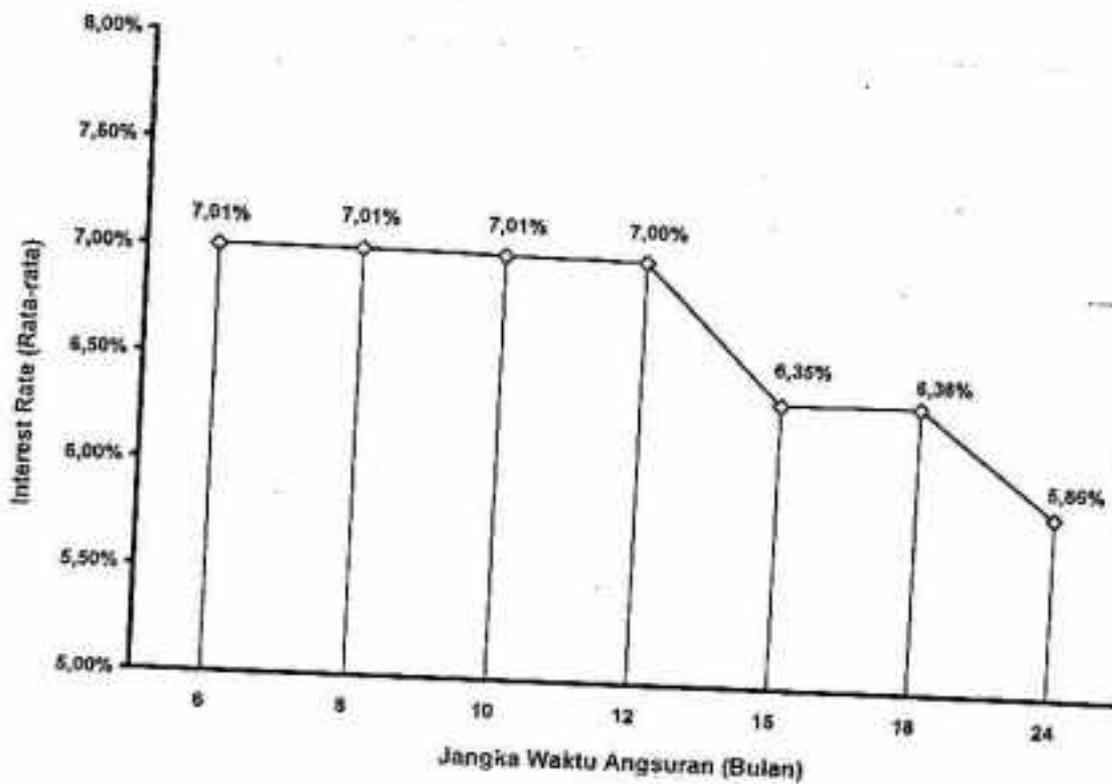
Type)*	Lama Angsuran (Bulan)						
	6	8	10	12	15	18	24
KURSI TAMU	7,01%	7,01%	7,03%	7,00%	6,48%	6,53%	6,01%
SOFA	7,02%	7,02%	7,00%	6,98%	6,48%	6,49%	6,01%
SPRING BED	6,96%	7,02%	6,98%	7,01%	6,54%	6,50%	6,01%
MEJA RIAS	8,03%	8,02%	8,01%	8,01%	-	-	-
TEMPAT TIDUR BESI	7,00%	6,98%	6,98%	7,02%	6,47%	6,48%	6,01%
BUFFET	6,01%	6,00%	5,99%	5,98%	5,49%	5,52%	5,00%
TV TOSHIBA	7,02%	7,03%	7,04%	7,03%	6,50%	6,52%	6,00%
LEMARI ES SHARP	6,99%	7,01%	7,02%	6,98%	6,49%	6,48%	6,00%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel tersebut di atas diketahui bahwa *interest rate* yang ditetapkan oleh perusahaan pada harga kreditnya secara relatif tidak berbeda pada jangka waktu kredit 6 bulan, 8 bulan, 10 bulan dan 12 bulan pada produk yang berbeda (perbedaannya tidak signifikan). Tetapi *interest rate* yang ditetapkan oleh perusahaan pada produk yang sama dengan jangka waktu 15 bulan, 18 bulan dan 24 bulan berbeda secara signifikan dengan pola semakin besar jangka waktu angsuran maka semakin kecil *interest rate* sebab secara nominal (rupiah) nilai *interest payment* semakin besar yang akan lebih menguntungkan perusahaan.

Rata-rata dari *interest rate* kredit tanpa DP pada produk yang berbeda dengan jangka waktu angsuran sama dapat dilihat pada grafik berikut :

**GAMBAR 7**  
**GRAFIK INTEREST RATE KREDIT TANPA DP**  
**PADA BERBAGAI JANGKA WAKTU ANGSURAN**



*Interest rate* dari harga kredit pada jangka waktu angsuran 6, 8, 10 dan 12 bulan akan menurun pada jangka waktu angsuran 15, 18 dan 24 bulan. *Interest rate* maksimum yaitu pada jangka waktu angsuran 6, 8 10 dan 12 bulan adalah 7% sedangkan *interest rate* minimum yaitu pada jangka waktu angsuran 24 bulan (tetapi tidak semua produk mempunyai paket kredit 15, 18 dan 24 bulan ; umumnya hanya sampai 12 bulan) sebesar 5,86%.

### 5.5 Perhitungan *Interest Rate* Dari Angsuran Dengan *Down Payment*

Perlu diperiksa apakah *interest rate* pada kredit tanpa DP sama dengan *interest rate* pada kredit dengan DP pada jangka waktu angsuran yang sama, karena sekali lagi data yang tersedia hanyalah data angsuran; data *interest rate* tidak tersedia secara langsung. Perhitungan besarnya angsuran kredit dengan uang muka (DP) adalah sebagai berikut :

$$\text{Angsuran} = \frac{(\text{CP} - \text{DP})(1 + \text{in})}{n}$$

$$\text{Angsuran}(n) = (\text{CP} - \text{DP})(1 + \text{in})$$

$$1 + \text{in} = \frac{\text{Angsuran}(n)}{(\text{CP} - \text{DP})}$$

$$\text{in} = \frac{\text{Angsuran}(n)}{(\text{CP} - \text{DP})} - 1$$

$$i = \frac{\frac{\text{Angsuran}(n)}{(\text{CP} - \text{DP})} - 1}{n}$$

$$i = \frac{\text{Angsuran}}{(\text{CP} - \text{DP})} - \frac{1}{n}$$

di mana CP = *Cash Price* atau harga tunai, n adalah jangka waktu kredit (jangka waktu angsuran) dan i adalah *interest rate*.

**TABEL 8**  
**DAFTAR ANGSURAN DENGAN DP UNTUK 8 SAMPEL PRODUK**  
**PADA BERBAGAI JANGKA WAKTU ANGSURAN**

Type	Cash Price (Rp)	DP (30%)	Lama Angsuran (Bulan)						
			6	8	10	12	15	18	24
KURSI TAMU	1.415.000	425.000	234.000	193.000	168.000	152.000	130.000	119.000	101.000
SOFA	2.259.000	678.000	374.000	308.000	269.000	242.000	208.000	191.000	161.000
SPRING BED	1.219.000	366.000	202.000	166.000	145.000	131.000	112.000	103.000	87.000
MEJA RIAS	1.077.000	323.000	186.000	155.000	135.000	123.000	-	-	-
TEMPAT TIDUR BESI	1.720.000	516.000	285.000	235.000	205.000	185.000	159.000	145.000	122.000
BUFFET	1.670.000	501.000	265.000	216.000	187.000	168.000	142.000	129.000	107.000
TV TOSHIBA	1.731.000	519.000	287.000	236.000	206.000	186.000	160.000	146.000	123.000
LEMARI ES SHARP	2.409.000	723.000	399.000	329.000	287.000	259.000	222.000	203.000	175.000

Sumber : Data diolah

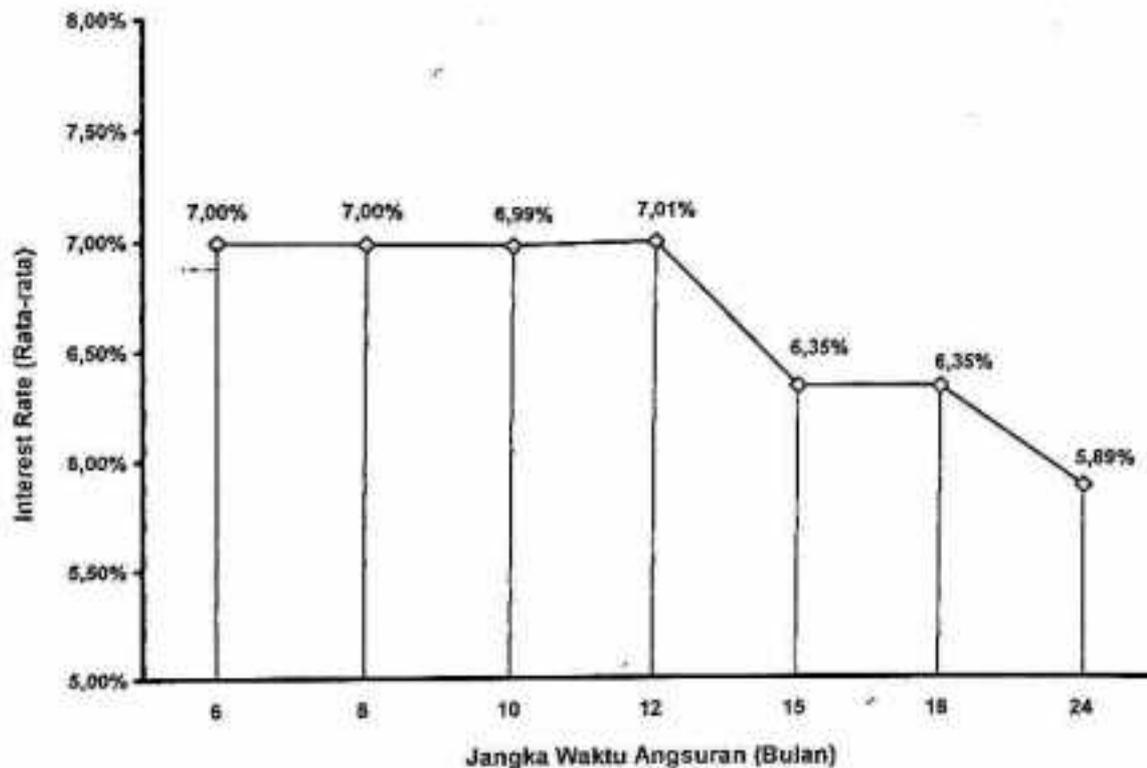
**TABEL 9**  
**INTEREST RATE DARI HARGA KREDIT DENGAN DP**  
**UNTUK 8 SAMPEL PRODUK**  
**PADA BERBAGAI JANGKA WAKTU ANGSURAN**

Type	Lama Angsuran (Bulan)						
	6	8	10	12	15	18	24
KURSI TAMU	6,97%	6,99%	6,97%	7,02%	6,46%	6,46%	6,04%
SOFA	6,99%	6,98%	7,01%	6,97%	6,49%	6,53%	6,02%
SPRING BED	7,01%	6,96%	7,00%	7,02%	6,46%	6,52%	6,03%
MEJA RIAS	8,00%	8,06%	7,90%	7,98%	-	-	-
TEMPAT TIDUR BESI	7,00%	7,02%	7,03%	7,03%	6,54%	6,49%	5,97%
BUFFET	6,00%	5,98%	6,00%	6,04%	5,48%	5,48%	4,99%
TV TOSHIBA	7,01%	6,97%	7,00%	7,01%	6,53%	6,49%	5,98%
LEMARI ES SHARP	7,00%	7,01%	7,02%	7,03%	6,50%	6,48%	6,21%

Sumber : Data diolah

Rata-rata dari *interest rate* kredit dengan DP pada produk yang berbeda dengan jangka waktu angsuran sama dapat dilihat pada grafik berikut :

**GAMBAR 8**  
**GRAFIK *INTEREST RATE* KREDIT DENGAN DP**  
**PADA BERBAGAI JANGKA WAKTU ANGSURAN**



Berdasarkan kesamaan antara pola yang ditunjukkan oleh gambar 5 dan gambar 6 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan *interest rate* antara kredit dengan DP maupun kredit tanpa DP. Perbedaan *interest rate* yang ada adalah antara *interest rate* kredit dengan jangka waktu angsuran 6, 8, 10, 12 bulan dengan pada kredit berumur 15 dan 18 bulan serta kredit berumur 24 bulan, dengan *interest rate* masing-masing 7%, 6,35% dan 5,85% (dirata-ratakan dan dibulatkan) perbulan.

### 5.6 Perhitungan Keuntungan Ekonomis dari Penjualan Kredit

Oleh karena penjualan yang dilakukan oleh perusahaan cenderung didominasi oleh penjualan kredit (kredit) bahkan mengarah kepada 100% penjualan kredit maka dalam pembahasan berikut akan diasumsikan seluruh penjualan adalah penjualan kredit. Biaya yang ada terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, operasional maupun non operasional dengan proporsi dalam harga jual tunai diasumsikan sebesar 70%, besarnya pajak penghasilan 30%, dan biaya modal sama dengan biaya bunga kredit bank sebesar 20% pertahun. Perhitungan keuntungan ekonomis bebas dari pajak dan biaya modal serta risiko tunggakan adalah sebagai berikut :

Harga Tunai	100%
Biaya Operasional dan Non Operasional	70%
<b>Keuntungan Penjualan Tunai</b>	<b>30%</b>
Interest rate dari harga kredit (7% perbulan)	84%
<b>Keuntungan Penjualan Kredit</b>	<b>114%</b>
Pajak (30%)	34%
<b>Keuntungan Penjualan Kredit After Taxes</b>	<b>80%</b>
Resiko tunggakan (proporsi tunggakan = 10%)	8%
Biaya Modal	20%
<b>Keuntungan Ekonomis Penjualan Kredit</b>	<b>52%</b>

Pada risiko tunggakan hanya diperhitungkan kerugian yang diakibatkan oleh kehilangan keuntungan penjualan kredit dan nilai

tunai barang yang belum terbayar sama sekali bukan kerugian karena pihak perusahaan melakukan penyitaan bila tunggakan menjadi kredit macet.

Berdasarkan proyeksi nilai keuntungan ekonomis perusahaan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan kredit PT. CLB adalah efisien, bahkan sangat efisien. Mengenai adanya produk tertentu yang diberikan keringanan kredit dengan bunga 0% untuk jangka waktu 6 bulan, hal tersebut dapat meningkatkan penjualan perusahaan (utamanya penjualan tunai) sedangkan keuntungan yang hilang relatif sedikit karena hanya pada produk-produk tertentu saja.

## BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Simpulan

1. Penurunan proporsi penjualan tunai terjadi karena peralihan penjualan tunai kepada penjualan sewa beli dan kecenderungan konsumen untuk membeli secara tunai produk-produk yang ditawarkan oleh PT. CLB pada distributor atau reseller yang spesifik menawarkan produk-produk tersebut.
2. PT. CLB mempunyai bisnis utama pada sisi penyaluran kredit dan oleh karenanya PT. CLB berusaha berkonsentrasi pada penjualan sewa belinya terbukti bahwa pada tahun 2001 proporsi penjualan sewa beli dari total penjualan sudah mencapai 98%.
3. Pada tahun 2001 terjadi penurunan yang sangat signifikan terhadap proporsi tunggakan terhadap penjualan sewa beli bersamaan dengan peningkatan penjualan sewa beli yang menunjukkan bahwa pengelolaan piutang dagang PT. CLB adalah efisien dan semakin efisien.
4. Perbedaan *interest rate* yang terjadi adalah antara *interest rate* kredit dengan lama angsuran 6, 8, 10, 12 bulan dengan pada kredit berumur 15 dan 18 bulan serta kredit berumur 24 bulan.

5. Hasil proyeksi menunjukkan keuntungan ekonomis perusahaan berdasarkan beberapa asumsi normal adalah sebesar 52%, bebas pajak, bebas biaya modal dan bahkan bebas risiko tunggakan yang macet. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan piutang dagang PT. CLB adalah efisien bahkan sangat efisien sehingga paket penjualan kredit dengan harga tunai dapat dilakukan oleh perusahaan sebagai stimulus peningkatan penjualan tanpa kerugian yang signifikan.

## 6.2 Saran

1. Harga tunai yang ditetapkan oleh PT. CLB sebaiknya sama dengan harga tunai di pasaran sehingga potensi penurunan penjualan tunai dapat diturunkan.
2. Penjualan tunai tidak semestinya dihapuskan karena penjualan tunai juga memberikan keuntungan kepada perusahaan dan tidak mengganggu tingkat penjualan sewa beli.
3. Profesionalitas dari perusahaan dalam mengelola penjualan sewa belinya harus terus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar proporsi tunggakan semakin menurun.
4. PT. CLB sebaiknya menurunkan *interest rate* dari harga kreditnya sebagai wujud tanggung jawab sosialnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gitosudarmo, Indriyo dan Basri, 2002, *Manajemen Keuangan*, Edisi Keempat, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Hariato, Farid dan Sudomo, Siswanto, 1998, *Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia*, Penerbit PT. BEJ, Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1995, Edisi Kedua, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta.
- Pass, Christopher dan Lowes, Bryan, 1998, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- R.A. Supriyono dan L. Suparwoto, 1986, *Pengantar Akuntansi*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- S. Munawir, 1995, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Syamsuddin, Lukman, 2000, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sutrisno, 2000, *Manajemen Keuangan*, Edisi Pertama, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.
- Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland, 1996, *Manajemen Keuangan*, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.



**DATA PENJUALAN  
PT. COLOMBINDO PERDANA  
CABANG MAKASSAR  
PERIODE TAHUN 1997-2001**

Tahun	Penjualan (Rp)		
	Sewa Beli	Cash	Jumlah
1997	1.520.140.800	125.404.000	1.645.544.800
1998	2.956.480.600	245.050.000	3.201.530.600
1999	1.685.327.000	263.505.000	1.948.832.000
2000	3.125.648.000	425.000.000	3.550.648.000
2001	9.532.000.000	125.890.000	9.657.890.000

**DATA TUNGGAKAN  
PT. COLOMBINDO PERDANA  
CABANG MAKASSAR  
PERIODE TAHUN 2000-2001**

Tahun	Tunggakan (Rp)
2000	328.521.014
2001	652.354.961

*Keterangan :*  
Yang dimaksud Penjualan Sewa Beli adalah penjualan secara kredit atau mengangsur.

PT. COLOMBINDO PERDANA  
Kantor Pusat  
Jl. ...  
Makassar  
No. ...  
Telp. ...

**DATA ANGSURAN UNTUK PENJUALAN KREDIT DENGAN UANG MUKA (DP)  
PT. COLOMBINDO PERDANA CABANG MAKASSAR  
PERIODE SEPTEMBER-OKTOBER 2002**

Type	Cash Price	DP (40%)	Lama Angsuran											
			6	8	10	12	15	18	24					
KURSI TAMU 600 + MEJA T. TRENDY K3	1.415.000	425.000	214.000	191.000	168.000	152.000	130.000	119.000	101.000					
SOFA L. GLORIA + MEJA KACA MT-3002	2.259.000	678.000	374.000	308.000	269.000	242.000	208.000	191.000	161.000					
SPRING BED FUJI DELUXE 180 CM SAND KP	1.219.000	366.000	202.000	166.000	145.000	131.000	112.000	103.000	87.000					
MEJA BIAS OLYMPIC MR-3605	1.077.000	323.000	186.000	155.000	135.000	123.000	-	-	-					
TEMPAT TIDUR BESI MAHKOTA M 1118	1.720.000	516.000	285.000	235.000	205.000	185.000	159.000	145.000	122.000					
BUFFET ESPERO (180 x 85 CM)	1.670.000	501.000	265.000	216.000	187.000	168.000	142.000	129.000	107.000					
TV TOSHIBA 14" A2E/M	1.731.000	519.000	287.000	236.000	206.000	186.000	160.000	146.000	123.000					
LEMARI ES SHARP VR 200 S (2 PT)	2.409.000	723.000	399.000	329.000	287.000	259.000	222.000	200.000	175.000					

**DATA ANGSURAN UNTUK PENJUALAN KREDIT TANPA UANG MUKA (DP)  
PT. COLOMBINDO PERDANA CABANG MAKASSAR  
PERIODE SEPTEMBER-OKTOBER 2002**

Type	Cash Price	Lama Angsuran											
		6	8	10	12	15	18	24					
KURSI TAMU 630 + MEJA T. TRENDY K3	1.415.000	335.000	276.000	241.000	217.000	186.000	171.000	144.000					
SOFA L. GLORIA + MEJA KACA MT-3002	2.259.000	535.000	441.000	384.000	346.000	297.000	272.000	230.000					
SPRING BED FUJI DELUXE 180 CM SAND KP	1.219.000	288.000	238.000	207.000	187.000	161.000	147.000	124.000					
MEJA BIAS OLYMPIC MR-3605	1.077.000	266.000	221.000	194.000	176.000	-	-	-					
TEMPAT TIDUR BESI MAHKOTA M 1118	1.720.000	407.000	335.000	292.000	264.000	226.000	207.000	175.000					
BUFFET ESPERO (180 x 85 CM)	1.670.000	379.000	309.000	267.000	239.000	203.000	185.000	153.000					
TV TOSHIBA 14" A2E/M	1.731.000	410.000	338.000	295.000	266.000	228.000	209.000	176.000					
LEMARI ES SHARP VR 200 S (2 PT)	2.409.000	570.000	470.000	410.000	369.000	317.000	290.000	243.000					

**DATA CARA PERHITUNGAN ANGSURAN SEWA BELI (KREDIT)  
DENGAN UANG MUKA (DP)  
PT. COLOMBINDO PERDANA CABANG MAKASSAR**

$$\text{Angsuran} = \frac{(CP - DP)(1 + in)}{n}$$

CP : Cash Price

DP : Uang Muka

Di mana : i : Tingkat bunga bulanan

n : lama angsuran

**DATA CARA PERHITUNGAN ANGSURAN SEWA BELI (KREDIT) TANPA  
UANG MUKA (DP)  
PT. COLOMBINDO PERDANA CABANG MAKASSAR**

$$\text{Angsuran} = \frac{CP(1 + in)}{n}$$

CP : Cash Price

Di mana : i : Tingkat bunga bulanan

n : lama angsuran

***Keterangan Tambahan :***

Khusus Untuk Barang-barang tertentu pada waktu tertentu dapat diangsur dalam jangka waktu 6 bulan dengan bunga 0%.

