

**PENGARUH KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT TERHADAP
RENTABILITAS PERUSAHAAN
PADA PT. MUSTIKA RATU, TBK**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

N a m a : BUDI ASMARA

N I M : 43105110230



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2007

**PENGARUH KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT
TERHADAP RENTABILITAS PERUSAHAAN PADA
PT. MUSTIKA RATU, Tbk**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen

N a m a : BUDI ASMARA

N I M : 43105110-230



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2007

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : BUDI ASMARA
N I M : 43105110230
Program Studi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT
TERHADAP RENTABILITAS PERUSAHAAN PADA
PT. MUSTIKA RATU, TBK
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

(Yuhasril, SE, ME)

Tanggal :

Dekan,

Ketua Jurusan Manajemen,

(Hadri Mulya, SE, M.Si)

Tanggal :

(Tafiprios, SE, MM)

Tanggal :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan serta perkembangan dunia usaha dewasa ini yang semakin maju dan semakin rumit, membuat persaingan diantara perusahaan semakin dekat. Dimana semakin berkembangnya teknologi serta semakin banyaknya perusahaan yang menjadi besar, membuat masing-masing perusahaan tersebut untuk beroperasi secara lebih efisien dan efektif agar tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Pengaruh perusahaan dengan adanya perkembangan ekonomi secara global, mendorong timbulnya serangkaian perubahan yang berlangsung dalam pengelolaan perekonomian di seluruh negara, termasuk Indonesia. Keadaan dunia yang akhir-akhir ini tidak menentu karena faktor politik dapat pula mempengaruhi manajemen perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan hidupnya dengan cara mengambil langkah – langkah yang tepat dalam menetapkan kebijakan perusahaannya untuk mengatasi persaingan dari usaha sejenis.

Salah satu kemampuan manajemen yang terpenting dan perlu didukung adalah bagaimana manajemen tersebut mengelola keuangannya. Pengelolaan dana keuangan disini ditujukan untuk mendapatkan sumber dana dan menggunakan dana secara efektif dan efisien. Secara efektif berarti dengan menunjang kelancaran pekerjaan untuk memperoleh pendapatan usaha dalam

rangka menghasilkan laba. Secara efisien berarti penggunaan dana dengan baik dan serendah- rendahnya.

Kebijakan penjualan kredit merupakan salah satu cara perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan, penerimaan kas dan laba, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Bagi konsumen, dengan adanya sistem Penjualan Kredit ini berarti terbukanya suatu kemungkinan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang tidak mungkin diperoleh dengan pembayaran secara tunai. Dilihat dari segi perusahaan, dengan semakin besarnya volume penjualan kredit yang diberikan, maka memperbesar pula jumlah investasi yang tertanam dalam piutang dagang yang membutuhkan tambahan modal kerja.

Selain menimbulkan dampak yang positif, penjualan kredit juga menimbulkan dampak negatif yang harus diperhitungkan perusahaan atas sistem penjualan kredit yang ditempuhnya, yaitu dengan timbulnya resiko kredit macet dan biaya-biaya yang berkaitan dengan pemberian kredit tersebut. Biaya-biaya yang timbul akibat adanya penjualan kredit jangan sampai melebihi pertambahan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penjualan kredit tersebut.

Pengawasan dalam piutang dagang harus dilakukan secara khusus karena menyangkut segi keuangan perusahaan, dalam arti piutang dagang merupakan tahap akhir yang harus dilalui dalam suatu proses usaha sebelum menjadi uang kas. Adapun tujuan akhir pengelolaan piutang dagang yang baik adalah terciptanya jumlah investasi dalam piutang dagang yang optimal. Untuk

mencapai hal tersebut, maka di perlukan suatu analisa tertentu dengan menggunakan pendekatan teoritis.

Melihat demikian pentingnya dampak yang mungkin terjadi akibat penjualan kredit pada perusahaan, maka penulis tertarik untuk meninjau dan menganalisa lebih jauh. dari uraian diatas penyusun menetapkan judul skripsi **“PENGARUH KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT TERHADAP TINGKAT RENTABILITAS PADA PT.MUSTIKA RATU Tbk ”. .**

1.2 Pembatasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, ruang lingkup pembatasan dibatasi pada kebijaksanaan penjualan kredit yang dilakukan PT. Mustika Ratu, Tbk. Serta melakukan analisis keadaan rentabilitas perusahaan dengan menggunakan earning power selama periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2005. Sehubungan dengan kebijaksanaan penjualan kredit yang dilaksanakan pada periode tersebut

1.3 Perumusan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, perumusan masalah terkait pada kebijakan penjualan kredit yang dilakukan PT Mustika Ratu Tbk selama periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2005 sehubungan dengan kebijaksanaan penjualan kredit yang dilaksanakan pada periode tersebut. disini penyusun merumuskan masalah yang kan diteliti yaitu :

1. Bagaimana kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan perusahaan.

2. Bagaimana pengaruh kebijakan penjualan kredit yang dilaksanakan PT. Mustika Ratu, Tbk terhadap tingkat rentabilitas perusahaan.

I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian pada PT. Mustika Ratu, Tbk adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui bagaimana kebijaksanaan penjualan kredit yang dijalankan selama periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2005
- b. Mengetahui apakah ada pengaruh kebijakan penjualan kredit terhadap rentabilitas perusahaan.

Sedangkan kegunaan penelitian adalah

- a. Memberikan sumbangan pikiran kepada PT. Mustika Ratu, Tbk sebagai masukan bagi penulisan kebijakan kredit dimasa yang akan datang.
- b. Memperluas wawasan dan melatih kemampuan penulisan dalam mengadakan penelitian ilmiah sehingga selalu kritis menghadapi masalah-masalah yang timbul, khususnya dibidang keuangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

II.1 Pengertian Piutang

Dalam usaha meningkatkan volume penjualan, baik dalam rupiah maupun dalam unit yang dijual, umumnya perusahaan melakukan penjualan secara kredit. Penjualan secara kredit ini tidak langsung menghasilkan penerimaan kas karena biasanya utang dibayar pada akhir periode tertentu atau pada jatuh temponya sehingga akan mengakibatkan timbulnya piutang bagi perusahaan / penjual yang memberikan kredit.

Pengertian kredit berasal dari bahasa latin yaitu credere yang berarti kepercayaan, Kepercayaan merupakan dasar bagi pemberian kredit. Kredit mengandung unsur kepercayaan antara pihak pemberi dan penerima kredit, unsur waktu, prestasi dan kontra prestasi, serta resiko.

Penjualan kredit tidak dapat dipisahkan dengan piutang karena penjualan kredit merupakan penyebab terjadinya piutang. Dibawah ini dikutip beberapa pengertian tentang piutang oleh beberapa pakar ekonomi.

Piutang dagang mewakili kredit dagang atau kredit penjual yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada perusahaan lain atau kepada individu sebagai akibat adanya transaksi jual beli diantara mereka.

Munawir S.(1995 : 15) mengatakan “piutang dagang adalah tagihan kepada pihak lain (kepada debitur atau langganan) sebagai akibat adanya penjualan barang dagangan secara kredit ”.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa piutang secara umum dianggap sebagai suatu perkiraan yang timbul akibat penjualan barang atau jasa secara kredit kepada pelanggan, dalam arti perusahaan memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menunda pembayaran selama jangka waktu tertentu setelah transaksi sehingga menimbulkan tagihan dikemudian hari.

II.2 Pengelompokan piutang

Piutang perusahaan dapat digolongkan menjadi :

a) Piutang dagang (Trade receivables)

Piutang dagang merupakan segala macam tagihan yang ada dalam perusahaan yang berasal dari penjualan barang dan jasa secara kredit. Sering kali piutang dagang ini disebut sebagai piutang usaha atau account receivable. Dalam keadaan normal, piutang usaha biasanya akan dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, sehingga perkiraan ini termasuk dalam kelompok aktiva lancar pada neraca perusahaan.

b) Piutang bukan dagang (Non trade receivable)

Piutang bukan dagang ini tidak termasuk piutang dagang, sering disebut piutang lain-lain, karena ini timbul dari tagihan yang bukan berasal dari penjualan barang maupun jasa dalam suatu kegiatan normal perusahaan. Piutang bukan dagang ini akan termasuk dalam aktiva lancar perusahaan apabila dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun.

Tetapi apabila pelunasannya lebih dari satu tahun, maka piutang ini akan termasuk pada aktiva lain-lain.

Dalam penyusunan skripsi ini yang akan dibahas adalah piutang (account receivables) yaitu yang berasal dari penjualan barang dagang secara kredit.

II.3 Faktor – faktor pertimbangan dalam penetapan kebijakan piutang kredit

Suatu perusahaan yang ingin melakukan penjualan secara kredit perlu melakukan penilaian kredit atas pelanggan untuk mengurangi resiko kredit. “Resiko Kredit adalah risiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para langganan perusahaan” (Bambang Riyanto (2001 : 124). Adapun faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan kebijaksanaan kredit adalah sebagai berikut :

a) Standard Kredit

Weston dan Copeland (2001 : 454) mengatakan bahwa jika suatu perusahaan melakukan penjualan kredit hanya kepada para pelanggan yang kuat, kerugian karena timbulnya piutang ragu-ragu biasanya kecil. Sebaliknya ada kemungkinan tingkat penjualan perusahaan akan berkurang dan laba yang seharusnya diperoleh dari penjualan yang hilang tersebut dapat lebih besar dari pada biayanya yang dihindari. Untuk menentukan standar kredit yang optimal. Perusahaan perlu

membandingkan antara biaya marginal pemberian kredit dengan laba marginal dari peningkatan penjualan.

Dalam menilai resiko kredit dilakukan penilaian 5 C dari calon pelanggan, yaitu weston dan Copeland (2001 : 455) :

1. *Character,*

adalah memperkirakan kemungkinan pelanggan bersedia memenuhi kewajibannya. Faktor ini sangat penting karena setiap transaksi kredit merupakan janji untuk membayar.

2. *Capacity,*

adalah penelitian subyektif atas kemampuan langganan untuk membayar. Kemampuan ini diukur dengan catatan prestasi bisnis pelanggan dimasa lalu, yang didukung dengan pengamatan di lapangan.

3. *Capital,*

adalah diukur dari posisi keuangan perusahaan secara umum yang ditunjukan oleh analisa rasio keuangannya. Di indonesia, kecuali untuk perusahaan yang go publik, keuangan perusahaan jarang didapat.

4. *Collateral,*

adalah diberikan oleh pelanggan dalam bentuk aktiva sebagai jaminan keamanan atas kredit yang diberikan.

5. *Conditions,*

Adalah berhubungan dengan dampak kecenderungan ekonomi secara umum terhadap perusahaan atau perkembangan khusus di sektor ekonomi tertentu yang mungkin berpengaruh terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

Sebagian besar analisis kredit menganggap bahwa faktor yang pertama dan kedua, character dan capacity, merupakan faktor-faktor yang terpenting dalam menentukan diberi tidaknya kredit kepada seseorang pelanggan karena hal tersebut menekankan pada kemampuan dan kemauan calon pelanggan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

b) Syarat kredit

Weston dan Copeland (2001 : 459) menyebutkan bahwa satu syarat kredit menetapkan adanya di mana kredit diberikan dan potongan tunai (jika ada) untuk pembayaran yang dilakukan lebih awal. Misalnya jika perusahaan menetapkan syarat kredit yang sering digunakan adalah 2/10, net 30, artinya : jangka waktu pelunasan kredit adalah 30 hari setelah dilakukan penjualan dan jika kredit dilunasi dalam waktu 10 hari setelah penjualan akan diberikan potongan sebesar 2 %.

Syarat kredit meliputi Weston dan Copeland (2001 : 460) :

1. *Periode kredit (Credit Periode)*

Melonggarkan periode kredit dapat mendorong kenaikan penjualan, akan tetapi biaya atas dana yang terikat pada piutang dagang akan meningkat. Kenaikan tersebut sebagian disebabkan karena syarat kredit yang lebih lunak dan sebagian disebabkan karena volume penjualan yang meningkat.

2. *Potongan tunai (Cash discount)*

Perubahan syarat kredit akan menarik pelanggan untuk memanfaatkan potongan tunai sehingga penjualan kotor akan meningkat. Selain itu, periode penagihan rata-rata akan lebih pendek, karena beberapa pelanggan membayar lebih awal untuk memanfaatkan potongan tunai. Manfaat yang diterima perusahaan harus dibayar dengan biaya atas potongan tunai yang diambil pelanggan.

c) Kebijakan Pengumpulan piutang

Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam kebijakan pengumpulan piutang, antara lain pengiriman surat peringatan beberapa hari setelah jatuh tempo, pemberian peringatan melalui telepon atau mendatangi perusahaan dengan mengirimkan kolektor. Proses pengumpulan ini dapat menjadi lebih mahal berkenaan dengan pengeluaran yang lebih besar, tetapi setidaknya terdapat suatu ketegasan

untuk mencegah perpanjangan waktu yang tidak semestinya dalam periode pengumpulan piutang sekaligus memperkecil kerugian.

d) Pengendalian kredit (Credit control)

1. Rasio perputaran piutang (Receivable turn over)

Rasio perputaran piutang digunakan untuk mengukur periode terikatnya modal dalam piutang. Semakin lama modal terikat dalam piutang semakin besar biaya yang harus ditanggung perusahaan. Rasio perputaran piutang ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Receivable turn over} = \frac{\text{Net credit sales}}{\text{Average receivable}}$$

2. Periode Pengumpulan Piutang Rata-Rata (Average collection period)

Periode pengumpulan piutang rata-rata digunakan untuk membandingkan hari rata-rata pengumpulan piutang dengan syarat yang telah ditetapkan. Rasio ini untuk menghitung berapa lama waktu yang diperlukan untuk merealisasi piutang menjadi kas. Perumusannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Average collection periode} = \frac{360 \text{ days}}{\text{Receivable turn over}}$$

Selain factor-faktor kebijakan diatas, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang menurut Bambang Riyanto (2001 : 76) adalah sebagai berikut :

1. Volume penjualan kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti perusahaan harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besar jumlah piutang berarti makin besar resikonya, tetapi semakin besar pula keuntungan yang diperoleh.

2. Syarat pembayaran penjualan kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Syarat pembayaran yang ketat berarti perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya : batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat dan sebagainya. Makin panjang batas waktu pembayaran berarti makin besar jumlah investasi dalam piutang.

3. Ketentuan tentang pembatasan kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal bagi kredit yang diberikan pada para langganannya. Makin tinggi batas kredit yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan pada

piutang. Demikian pula dengan ketentuan mengenai siapa yang dapat diberikan kredit, makin selektif para langganan yang diberi kredit akan memperkecil jumlah investasi pada piutang.

4. Kebijaksanaan pengumpulan piutang

Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara pasif. Selain itu, perusahaan dengan kebijaksanaan yang aktif juga akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil. Biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang bila biaya usaha tersebut tidak lebih besar dari pada besarnya tambahan pendapatan yang diperoleh karena usaha tersebut.

5. Kebiasaan membayar para langganan

Ada pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada yang tidak. Perbedaan cara pembayaran ini tergantung dari penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan diantara kedua alternatif tersebut. Apabila sebagian besar para langganan membayar dalam waktu discount, maka investasi dalam piutang makin kecil.

II.4 Manfaat Penjualan Kredit

Penjualan secara kredit akan memberikan sejumlah manfaat bagi perusahaan di samping menimbulkan berbagai biaya. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan melakukan penjualan secara kredit antara lain Gunawan Adisaputro (2000 : 63) :

1. Meningkatkan volume penjualan

Dengan memberikan kredit bagi pelanggan, perusahaan akan memperoleh kesempatan yang lebih besar untuk meningkatkan penjualannya.

2. Pertumbuhan laba perusahaan

Pemberian kredit akan mempengaruhi kenaikan volume penjualan maupun pendapatan penjualan. Sebagai akibat kenaikan penjualan maka keuntungan pun diharapkan meningkat

3. Menjamin kontinuitas hubungan

Dengan adanya hubungan utang-piutang maka terjadi hubungan dagang yang lebih erat antara perusahaan dengan para pelanggan sehingga menjamin kontinuitas hubungan.

4. Mampu bersaing dengan perusahaan lain

Perusahaan akan dapat menambah pelanggan baru dan merebut pelanggan dari perusahaan pesaing dengan diberikannya kredit bagi para pelanggan.

5. Mengimbangi permintaan musiman

Perusahaan yang menjual produk musiman, pada musim sepi dapat membuka kesempatan kredit lunak untuk menarik pelanggan.

Selain mempunyai manfaat bagi perusahaan, kebijaksanaan kredit juga mempunyai biaya atau resiko yang harus ditanggung. Berbagai biaya yang timbul karena perusahaan menjual secara kredit antara lain berupa (Gunawan Adisaputro (2000 : 63) :

1. *Beban biaya Modal*

Piutang sebagai salah satu bentuk investasi akan menyerap sebagian dari modal perusahaan yang tersedia. Bila perusahaan menggunakan modal sendiri seluruhnya, maka dengan adanya piutang, modal yang tersedia untuk investasi bentuk lain (persediaan, aktiva tetap, dan sebagainya) akan berkurang. Bila hal tersebut terjadi maka biaya modal besarnya sama dengan modal sendiri. Sedangkan bila perusahaan menggunakan pinjaman bank maka akan timbul beban bunga.

2. *Biaya administrasi piutang*

Biaya administrasi piutang terdiri dari :

1. Biaya organisasi atau unit kerja yang mengelola piutang, yaitu gaji dan jaminan sosial bagi petugas penagihan dan pengadministrasian piutang.

2. Biaya penagihan piutang,

agar piutang dibayar pada waktunya, perlu dilakukan usaha khusus penagihan piutang, yang dapat berupa biaya telepon, surat – menyurat, atau biaya perjalanan bagi penagih piutang.

3. *Biaya piutang tak tertagih atau piutang macet*

Piutang mungkin tidak seluruhnya dapat di tagih. Kemungkinan adanya piutang macet atau tidak tertagih sama sekali mengakibatkan adanya piutang tak tertagih (bad Debt) sehingga perlu di bentuk cadangan piutang ragu-ragu dari penyisihan sebagian keuntungan perusahaan.

II.5 Rentabilitas

keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari manajemen perusahaan itu sendiri dalam usahanya memperoleh keuntungan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Keuntungan itu berasal dari operasi perusahaan yang dijalankan berdasarkan modal yang diinvestasikan dalam modal perusahaan tersebut. Dengan demikian perlu adanya pengukuran efisiensi penggunaan modal agar pengembaliaanya sesuai dengan modal yang telah diinvestasikan. Yang dimaksud dengan rentabilitas suatu perusahaan menurut Bambang Riyanto (2001 :28) adalah “perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain, Rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”.

$$\text{Rentabilitas} = \frac{L}{M} \times 100 \%$$

L = Jumlah laba yang diperoleh selama periode tertentu.

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut

Sedangkan S.Munawir (1995 : 33) menjelaskan rentabilitas sebagai berikut :
 “Rentabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”.

Weston dan Birgham (2000 : 145) memberi pengertian tentang rentabilitas yaitu: Profitability is the net result of a large number of policies and decisions”. Dengan demikian tidak menjadi jaminan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan tinggi secara otomatis dapat menyebabkan tingkat rentabilitas yang tinggi yang berarti adanya efisiensi dalam perusahaan, tetapi bisa jadi hal tersebut terjadi karena dihasilkan oleh penggunaan modal yang relatif besar juga.

Tingkat rentabilitas yang tinggi juga memudahkan perusahaan untuk mendapatkan modal dari luar perusahaan karena rentabilitas dapat digunakan sebagai jaminan para kreditur untuk piutang-piutangnya, sehingga kontinuitas perusahaan lebih terjamin.

Ada bermacam-macam alat untuk menilai rentabilitas suatu perusahaan, tergantung pada laba dan modal atau aktiva mana yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya. Hal ini disebabkan karena laba yang di perbandingkan tersebut mungkin laba yang berasal dari operasi perusahaan atau laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Dengan adanya

bermacam-macam cara dalam menilai rentabilitas, maka tidak mengherankan jika ada perusahaan yang menghitung rentabilitasnya dengan cara yang berbeda-beda. Dengan demikian terdapat banyak alternatif yang dapat dipilih dalam mengukur rentabilitas melalui berbagai alat pengukur efisiensi penggunaan modal. Ada dua cara penilaian Rentabilitas, yaitu :

a) Rentabilitas Ekonomi

Pada umumnya beberapa literatur menggunakan istilah Earning Power untuk pengertian rentabilitas ekonomi, sementara beberapa literatur lain menggunakan istilah Profitabilitas. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai Rentabilitas Ekonomi, berikut ini dikemukakan beberapa pendapat dari para ahli.

Pengertian Rentabilitas Ekonomi menurut Bambang Riyanto (2001 : 36) adalah sebagai berikut : “Rentabilitas Ekonomi adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase”.

Oleh karena itu pengertian rentabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal didalam suatu perusahaan, maka rentabilitas ekonomi sering pula dimaksudkan sebagai kemampuan perusahaan dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan laba. Tinggi rendahnya earning power ditentukan oleh dua faktor menurut Bambang Riyanto (2001 : 37), yaitu :

1. *Profit margin*, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dari jumlah penjualan bersih. Profit margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

$$\text{profit Margin} = \frac{\text{Net Operating Incomes}}{\text{Net Sale}} \times 100 \%$$

2. *Turn Over of operating assets*, merupakan rasio dari jumlah aktiva yang digunakan dalam operasi terhadap jumlah penjualan yang diperoleh selama periode tersebut. Rasio ini merupakan ukuran tentang sejauh mana aktiva ini telah digunakan dalam kegiatan perusahaan atau menunjukkan berapa kali *operating assets* berputar dalam suatu periode tertentu, biasanya setahun.

$$\text{Operating assets turn over} = \frac{\text{Net Sale}}{\text{Net Operating Asstes}}$$

Besarnya rentabilitas ekonomi dapat diketahui dengan mengalikan antara turnover operating assets dengan profit marginnya, atau dengan rumus :

$$\text{Earning Power} = \frac{\text{NOI}}{\text{Net Sales}} \times \frac{\text{Net Sales}}{\text{NOA}}$$

$$\text{Earning Power} = \text{Profit margin} \times \frac{\text{Operating Assets}}{\text{Turnover}}$$

Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa profit margin dimaksudkan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat ukuran laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan, sedangkan operating sales turn

over dimaksudkan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat kecepatan perputaran operating assets dalam suatu periode tertentu.

Hasil akhir dari percampuran kedua efisiensi yaitu Profit Margin dan Operating Assets Turnover menentukan ukuran Rentabilitas Ekonomi. Oleh karena itu besarnya rentabilitas ekonomi dalam suatu periode tertentu dapat ditingkatkan dengan memperbesar profit margin ataupun operating assets turnover, masing-masing atau keduanya, maka kita perlu mengetahui cara-cara memperbesar profit margin maupun operating assets turnover.

1. Usaha untuk memperbesar Profit Margin

Besar kecilnya Profit Margin pada setiap transaksi penjualan ditentukan oleh dua faktor, yaitu penjualan bersih (net sales) dan laba usaha. Besar kecilnya laba usaha tergantung pada pendapatan dari penjualan dan besarnya biaya usaha (Operating Expenses).

Dengan demikian ada dua alternatif dalam usaha memperbesar Profit Margin, yaitu (Bambang Riyanto (2001 : 29) :

a. Menambah biaya usaha sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya tambahan sales yang sebesar-besarnya, atau dengan kata lain tambahan sales harus lebih besar dari pada tambahan operating expenses. Memperbesar pendapatan penjualan dapat dilakukan dengan jalan :

1. Memperbesar volume penjualan dalam unit pada tingkat harga penjualan tertentu .

2. Meningkatkan harga jual per unit produk pada volume penjualan tertentu.
- b. Mengurangi pendapatan penjualan sampai tingkat tertentu diusahakan adanya pengurangan operating expenses sebesar-besarnya, atau dengan kata lain mengurangi biaya usaha lebih besar dari pada berkurangnya pendapatan dari penjualan.

2. Usaha untuk mempertinggi operating assets turnover

Tinggi rendahnya operating assets turnover selama periode tertentu ditentukan oleh dua faktor yaitu penjualan bersih dan operating assets. Dengan demikian operating assets turnover dapat dipertinggi dengan dua cara yaitu :

- a. Menambahnya modal usaha (operating assets) sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya tambahan sales yang sebesar-besarnya.
- b. Mengurangi sales sampai tingkat tertentu diusahakan penurunan operating assets sebesar-besarnya.

Hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi besarnya earning power dapat dilihat dalam gambar 2.1.

b. Rentabilitas Modal Sendiri

Sering disebut juga Rentabilitas Usaha, yaitu kemampuan perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan

keuntungan. Laba yang diperhitungkan adalah laba usaha setelah dikurangi dengan bunga modal asing dan pajak perseroan yang dikenal dengan Earning After Tax (EAT). Sedangkan modal yang diperhitungkan hanya modal sendiri yang bekerja dalam perusahaan. Rentabilitas modal sendiri dikenal dengan istilah Return on Equity (ROE). Adapun rumus ROE adalah sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Profit after Tax}}{\text{Net Worth}} \times 100 \%$$

ROE adalah kemampuan perusahaan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Baik bagi pemegang saham preferen maupun pemegang saham biasa. ratio ini merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan jumlah modal sendiri.

Berikut ini beberapa Rasio Rentabilitas adalah sebagai berikut (Abdul Halim (2000 : 84):

1. Gross Profit Margin

Rasio ini menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dalam setiap rupiah penjualan, sehingga rasio ini dapat digunakan sebagai indikator efektivitas dan efisiensi dari operasi perusahaan dalam hubungan antara biaya produksi dengan harga jual. Rumusnya sebagai berikut :

$$\text{GPM} : \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sale}} \times 100 \%$$

2. Operating Income Ratio

Rasio ini menunjukkan dan merupakan indikator rentabilitas dari usaha pokok perusahaan, yaitu membandingkan laba operasi dengan penghasilan sewa pada periode yang sama. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{OIR} = \frac{\text{Net income}}{\text{Net Sale}} \times 100 \%$$

3. Net Profit Margin

Rasio ini membandingkan laba bersih setelah pajak dengan tingkat penjualan pada periode yang sama, laba bersih dapat mengalami perubahan dengan faktor-faktor perubahan antara lain : perubahan tingkat penjualan, tingkat biaya produksi/operasi dan sebagainya. Rumusnya sebagai berikut :

$$\text{NPM} = \frac{\text{Net Income After Tax}}{\text{Net Sale}} \times 100 \%$$

4. Return On Total Asset

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset yang tertentu. rasio ini dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100 \%$$

II.6 Hubungan Piutang Dagang Dengan Rentabilitas

Piutang merupakan bagian dari modal kerja yang harus diusahakan cepat berputar karena akan mempengaruhi besarnya operating assets turnover. Kecepatan berputarnya operating assets turnover pada akhirnya juga akan mempengaruhi besar kecilnya earning power. Oleh sebab itu, jika perusahaan melakukan penjualan kredit serta mengusahakan peningkatan rentabilitas perusahaan, maka perusahaan harus memperhitungkan besarnya piutang sebagai bagian dari Working Capital agar dapat cepat kembali menjadi kas. Karena jika terjadi sebaliknya, yaitu piutang menumpuk dan tidak cepat kembali menjadi uang tunai, akibatnya modal kerja perusahaan meningkat, Operating Assets juga meningkat, Assets Turnover menurun, sehingga Earning Power juga menurun.

Selain Asstes Turnover, earning power juga ditentukan oleh besarnya Profit Margin. Dengan dilakukannya kebijakan penjualan kredit diharapkan volume penjualan meningkat. Volume penjualan ini akan mempengaruhi besarnya net Operating Income dan Net Profit Margin perusahaan, yang akhirnya berpengaruh pula pada Earning Power perusahaan.

Berputarnya piutang untuk kembali menjadi uang tunai sering disebut dengan likuiditas piutang. Masalah likuiditas piutang tidak terlepas dari adanya resiko berupa:

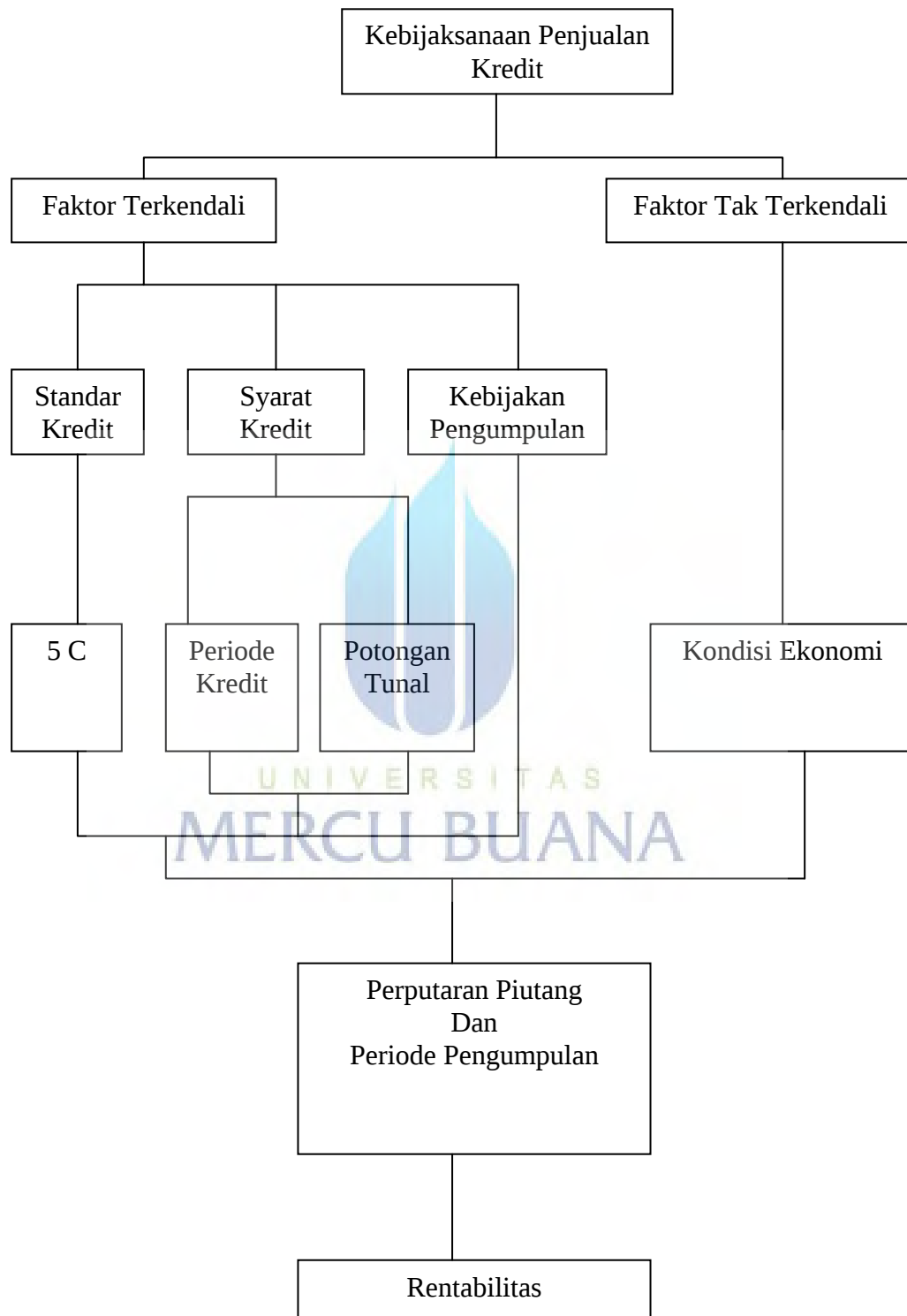
1. Resiko piutang tak dapat ditagih sama sekali
2. Resiko piutang tidak dapat ditagih pada saat jatuh tempo

pada umumnya perusahaan tidak dapat menghilangkan resiko – resiko tersebut, tetapi berusaha memperkecilnya. Usaha untuk memperkecil resiko ini perlu dilakukan apabila perusahaan bertujuan untuk meningkatkan earning powernya.

Untuk melihat pengaruh penjualan kredit terhadap earning power digunakan metode regresi sederhana yang biasanya digunakan untuk menggambarkan hubungan linier antara dua variabel (J.Supranto (2002 : 170). Dalam perhitungan ini perbandingan antara piutang usaha rata-rata dengan penjualan dianggap sebagai variabel x (variabel bebas) dan Earning Power dianggap sebagai variabel y (variabel tidak bebas). Hal ini didasarkan bahwa besarnya earning power dipengaruhi oleh besarnya piutang.



Gambar 2.2 Skema kerangka penjualan kredit dengan rentabilitas :



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III. 1 Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Mustika Ratu Tbk adalah perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang jamu, kosmetika tradisional dan minuman segar berkhasiat yang produknya dikenal masyarakat luas dengan merk “Mustika Ratu”. Perusahaan ini berdiri secara resmi pada tanggal 14 Maret 1978 dengan akte No. 35 melalui Notari Gustaaf Hoemala Soangkoepon Lumban Tobing, SH dan disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan surat keputusan No. I.A. 5/188/15 tahun 1978 dan telah didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta dibawah No. 1015 tanggal 8 Maret 1979. Anggaran dasar perusahaan telah mengalami perubahan berkali – kali dan terakhir dengan akte Notaris Sucipto, SH No. 53 tanggal 9 Juni 1997 mengenai perubahan anggaran dasar perusahaan yang disesuaikan dengan undang-undang No. 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.

Perintis berdirinya perusahaan ini adalah BRA Moeryati Soedibyo, putri keraton Surakarta. Sejak kecil tradisi Ningrat telah dijalannya dengan mempelajari seni meracik jamu dan perawatan tubuh tradisional menjadi ramuan yang bermanfaat bagi kesehatan dan kecantikan wajah yang selama beratus-ratus tahun menjadi misteri bagi masyarakat luas.

Pada tahun 1975 ibu Moeryati Soedibyo mendirikan PT Mustika Ratu dalam bentuk home industry yang terletak di Jl. Sawo Jakarta Pusat. Pada tahun tersebut PT. Mustika Ratu memproduksi jamu-jamu dan kosmetikayang terbuat dari ramuan tradisonal. Dimana ramuan tersebut diperoleh dari leluhurnya. modal usaha yang digunakan untuk memulai saat itu hanya Rp. 25.000,- .

Pada tahun 1978 produk-produk Mustika Ratu mulai di distribusikan ke toko- toko melalui salon- salon kecantikan yang meminta menjadi agen. Dimulai di Jakarta, Semarang, Surabaya, Bandung, dan Medan. Masyarakat makin mengenal produk – produk kecantikan tradisional Mustika Ratu melalui artikel dan konsultasi kecantikan dimajalah, serta melalui kegiatan periklanan di media cetak dan elektronik.

Industri rumah tangga tersebut lama kelamaan menjadi besar dan akhirnya diputuskan untuk memindahkan usaha ke industri manufaktur, sehingga didirikan Pabrik PT.Mustika Ratu yang berlokasi di Ciracas Jakarta Timur yang mempunyai luas tanah 10.000 M, berjarak 26,4 Km dari pusat kota Jakarta kearah Bogor. Kemudian modal yang terkumpul dari keuntungan usaha digunakan untuk mendirikan dua jalur produksi baru dengan luas masing - masing 2000 meter persegi.

Tanggal 8 April 1981 pabrik PT. Mustika Ratu diresmikan oleh Menteri Kesehatan RI pada waktu itu Dr. Soewardjono Soeryaningrat, dengan jumlah karyawan 150 orang. Empat tahun kemudian perusahaan mulai menggunakan

mesin khusus untuk memproduksi minuman segar, yang diresmikan pemakaiannya oleh Ibu Tien Soeharto.

Pada tahun 1995 PT.Mustika Ratu telah melakukan penawaran saham sebanyak 27 juta lembar saham dengan nilai nominal Rp 500 / lembar saham melalui BEJ di Indonesia dengan harga penawaran Rp 2600. pada tanggal 27 Juni 1995 perusahaan telah mencatatkan seluruh sahamnya yang ditempatkan dan disetor penuh di BEJ .

b. Struktur Organisasi

Manajemen merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan diperlukan manajemen yang baik. Dalam kegiatan perusahaan manajemen sangat penting artinya karena merupakan alat pengelola jalannya perusahaan dalam mencapai tujuan.

Untuk tercapainya tujuan dari pada manajemen itu sendiri terlebih dahulu haruslah dilaksanakan yang menjadi fungsi manajemen tersebut.

Adapun fungsi - fungsi manajemen yang diterapkan oleh PT. Mustika Ratu, Tbk adalah sebagai berikut :

*** Management and Organisasi Perusahaan**

- **Management**

Manajemen merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan diperlukan manajemen yang baik. Dalam kegiatan perusahaan manajemen sangat penting artinya karena merupakan alat pengelola jalannya perusahaan dalam mencapai tujuan.

Untuk tercapainya tujuan dari pada manajemen itu sendiri terlebih dahulu haruslah dilaksanakan yang menjadi fungsi manajemen tersebut. adapun fungsi - fungsi manajemen yang diterapkan oleh PT. Mustika Ratu, Tbk adalah sebagai berikut :

1. Planning (perencanaan)

Planning dibutuhkan karena sering menghadapi perubahan - perubahan yang bersifat sosial, ekonomi, maupun politis terlebih dalam alam modern dewasa ini. Dengan adanya perencanaan untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai berdasarkan pemikiran perkiraan itu mendekati kebenaran. Di dalam perencanaan juga ditentukan bagaimana tujuan bisa tercapai dengan membuat petunjuk pelaksanaan tugas sebelum pekerjaan, itu dimulai sehingga dengan adanya perencanaan yang baik maka kemungkinan terjadinya penyimpangan tidak terpaut begitu banyak.

2. Organizing (pengorganisasian)

Organisasi merupakan kumpulan dari orang - orang untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu, agar suatu tujuan dapat dicapai, maka harus disusun suatu struktur organisasi untuk mengadakan hubungan kerjasama dari orang - orang yang terdapat dalam organisasi. Jadi dalam hal ini untuk suatu struktur organisasi harus dapat memberikan garis-garis tugas, wewenang dan tanggung jawab secara tegas dan jelas.

3. Actuating (Penggerakan)

Untuk melaksanakan pekerjaan berdasarkan rencana dan pengkoordinasian, maka perlu bagi manajer untuk mengetahui cara – cara memulainya sehingga para anggotanya sanggup melakukan pekerjaan- pekerjaan tersebut dalam waktu yang telah ditetapkan. Jadi fungsi Actuating disini sangat penting untuk menggerakkan sumber daya yang ada sehingga dapat dicapai tujuan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan perusahaan.

Dalam pelaksanaan Actuating pada PT. Mustika Ratu, Tbk adalah dengan :

- a. Mendapatkan tenaga kerja yang diinginkan;
- b. Memberikan bimbingan dan training yang diperlukan;
- c. Mendelegasikan wewenang seperlunya kepada bawahan;
- d. Memberikan motivasi pada bawahan.

4. Controlling (Pengawasan)

Controlling diperlukan untuk mengetahui hasil pelaksanaannya apakah sudah sesuai dengan rencana semula. Walaupun planning, organizing, actuating telah sempurna dilaksanakan akan tetapi karena dalam praktek itu manusia selalu berhadapan dengan soal-soal yang tidak terduga, maka fungsi controlling selalu dibutuhkan apalagi kalau fungsi- fungsi tersebut belum dilaksanakan dengan baik. Pelaksanaan pengawasan pada PT. Mustika Ratu, Tbk dilakukan oleh semua pimpinan, dimana

semua pimpinan melakukan fungsi control, seperti manajer yang selalu mengontrol bawahannya, yaitu kepala unit, supervisor dan staff.

- **Organisasi Perusahaan**

Jika dilihat dari struktur organisasinya bahwa pimpinan tertinggi di pegang oleh pemilik perusahaan dengan jabatan *President Director*. Dalam struktur organisasi PT Mustika Ratu Tbk kekuasaan tertinggi terletak pada rapat umum pemegang saham di tunjuk dewan komisaris.

Struktur organisasi yang di pergunakan oleh PT. Mustika Ratu, Tbk adalah sistem organisasi garis dan staff, tugas dan tanggung jawab masing - masing bagian pada PT. Mustika Ratu, Tbk adalah sebagai berikut :

1. ***President Director***

Tugas dan Tanggung jawab adalah dengan menentukan apa yang menjadi kebijaksanaan perumusan, merumuskan rencana - rencana perusahaan, serta menentukan rumusan struktur perusahaan dan menentukan pengambilan keputusan terakhir atas investasi yang di lakukan.

2. ***Vice President Director***

Membantu memberikan saran dan nasehat kepada pimpinan perusahaan serta bertanggung jawab atas apa yang dilakukan oleh Managing Director

3 *Marketing Director*

Menangani seluruh kegiatan yang berhubungan dengan perluasan pasar dan peningkatan volume penjualan, promosi dan fungsi - fungsi marketing lainnya. Bertanggung jawab kepada President Director yang kemudian akan dibantu oleh Vice President Director .

4. *Finance Director*

Membantu memberikan pertimbangan kepada General Manager dalam melaksanakan tugas sehari - hari dalam pengambilan keputusan mengenai keuangan.

5. *HRD Director*

HRD Director Bertanggung jawab terhadap Human Resources perusahaan dan membantu General Manajer HRD mengenai masalah - masalah tenaga kerja dalam perusahaan.

6. *Management Representatif*

Bertanggung jawab terhadap program - program ISO 9002 dan permasalahannya, bertanggung jawab terhadap program - program ISO 14001 mengenai sistem management lingkungan dan permasalahannya.

7. *General Manager Plant and Personnel*

Bertanggung jawab atas pengendalian secara langsung aktivitas perusahaan yang terkait dalam divisi plant and personnel, mengatur seluruh karyawan baik dipabrik maupun

dikantor, bertanggung jawab atas semua aktivitas produksi. sehingga tercipta kelancaran sistem produksi sehingga dapat berkembang sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah digariskan, yang membawahi Plant Engineering and Maintenance Department, Production Department, Production Planning and inventory Control/Ware House, dan Quality Assurance.

8. *General Manager Export*

Bertanggung jawab atas seluruh aktivitas kegiatan ekspor perusahaan ke berbagai negara, membuat kebijakan dan strategi untuk mencapai target penjualan, merencanakan dan mengontrol semua aktivitas ekspor yang membawahi Export Department .

9. *General Manager Sales and Distribution*

Merencanakan dan menyelenggarakan semua kegiatan perusahaan dan penjualan hasil produksi mengusahakan agar volume penjualan meningkat dengan memperhatikan pelanggan lama serta mencari pelanggan baru, dan memperluas daerah pemasaran.

10. *General Manager Marketing*

Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran produk, memperkenalkan produk-produk terutama produk baru.

11. *General Manager Finance*

Bertanggung jawab atas pengaturan keuangan perusahaan, yang menyangkut pada kebijaksanaan penggunaan dana atas kegiatan perusahaan yang membawahi Finance and Accounting Department, Purchasing Department, dan Treasury Manager.

12. *General Manager Human Resources and Development and General Affair*

Bertanggung jawab atas pengaturan sumber daya manusia perusahaan, dan yang menyangkut pada kebijaksanaan dan peraturan perusahaan yang membawahi Personnel and General Affairs Department.

III.2 Metode Penelitian

Untuk mengadakan analisis deskriptif kuantitatif dan penelitian pada PT. Mustika Ratu, Tbk diperlukan data - data yang lengkap tentang perusahaan sesuai metode analisis yang digunakan. Penyusun melakukan pengumpulan data dengan cara :

1. Penelitian Lapangan

Penelitian disini dengan menggunakan data sekunder yaitu penulis melakukan peninjauan langsung ke Perpustakaan Bursa Efek Jakarta untuk memperoleh data - data yang diperlukan. Dan penelitian ini berupaya mencari dan mengumpulkan data yang bersifat praktis, yaitu dengan terlibat langsung di perusahaan yang menjadi salah satu

objek penelitian. Penulis mengharapkan dengan melakukan penelitian lapangan ini dapat diperoleh informasi yang diperlukan.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data sekunder, yaitu mendapatkan landasan bahan untuk teori, dengan mempelajari buku-buku mengenai analisa terhadap piutang dengan analisis rasio keuangannya

III.3 Definisi Operasional Variabel dan pengukurannya

Bentuk persamaan Regresi Linier :

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \cdot \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y_i}{n} - b \frac{\sum X_i}{n}$$

dimana : X = nilai variabel bebas

Y = Nilai yang diukur pada variabel tidak bebas

a = Y pintasan

b = kemiringan garis regresi atau koefisien regresi

sedangkan untuk mengetahui seberapa erat hubungan penjualan kredit dengan earning power digunakan analisis Korelasi Linier Sederhana, dengan rumus sebagai berikut (J Supranto (2002 : 145) :

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2}}$$

ket :

r = Koefisien korelasi antara piutang usaha dengan earning power

n = Periode (tahun)

X = Perbandingan antara piutang usaha rata – rata dengan penjualan

Y = Earning Power

Pengaruh antara dua variabel ini dapat berupa pengaruh positif atau negatif. Pengaruh X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y , sebaliknya dikatakan negatif apabila kenaikan (penurunan) X diikuti oleh penurunan (kenaikan) Y .

Nilai koefisien korelasi ini berkisar antara 1 sampai dengan -1, atau dapat dituliskan $-1 \leq r \leq 1$.

Artinya, jika $r = 1$, pengaruh X terhadap Y sempurna dan positif (mendekati

1, pengaruh sangat kuat dan positif).

$r = 0$, pengaruh X terhadap Y lemah sekali atau tidak ada pengaruh.

Akan tetapi kenaikan (penurunan) sedemikian rupa sehingga nilai Y bervariasi, tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor-faktor lain yang menyebabkannya. Besarnya kontribusi dari X terhadap kenaikan (penurunan) Y dihitung dengan suatu koefisien penentuan dengan rumus sebagai berikut

(J Suprananto (2002 :146) :

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

Untuk $r = 0,9$ atau $KP = (0,9)^2 = 0,81 = 81 \%$, artinya besarnya sumbangan variabel X terhadap naik turunnya Y adalah sebesar 81 %, sedangkan 19 % lainnya disebabkan oleh faktor lainnya.

Untuk menguji kebenaran hipotesa, digunakan uji t (t-test) dengan rumus (J Supranto (2002 :245) :

$$t_o = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : H_o = tidak ada hubungan antara penjualan kredit dengan earning power

H_o = ada hubungan antara penjualan kredit dengan earning power

Dalam usaha meningkatkan volume penjualan dan memaksimalkan laba, perusahaan melaksanakan kebijaksanaan penjualan kredit. Penjualan secara kredit ini tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang bagi perusahaan dan baru akan menjadi aliran kas masuk pada hari

jatuh temponya. Pada perusahaan yang menjual produknya secara kredit, pengendalian piutang ini penting karena jumlah piutang yang mencapai jumlah yang besar dalam aktiva lancarnya.

Piutang sebagai akibat dari penjualan kredit mengandung unsur biaya dan laba, dengan kata lain ada investasi yang tertanam dalam piutang. Semakin besar dana yang terikat pada piutang, semakin besar pula biaya yang timbul akibat opportunity cost dan biaya tidak tertagihnya piutang (piutang macet). Keadaan ini pada akhirnya akan dapat menurunkan rentabilitas perusahaan.

Untuk menghindari hal – hal tersebut diatas, kebijaksanaan kredit yang dilakukan perusahaan harus tepat. Kebijaksanaan penjualan kredit ini menyangkut pemberian kredit kepada para pelanggan yang tepat dan dengan jumlah kredit yang tepat, serta kegiatan pengumpulan piutang. Periode pengumpulan piutang tergantung dari kondisi ekonomi sebagai faktor yang tidak dapat di kembalikan (misalnya pada masa resesi atau periode uang ketat, para pelanggan terpaksa menunda pembayaran), dan juga pada faktor – faktor terkendali yaitu standar kredit dan syarat kredit. Standar kredit perusahaan adalah penilaian 5C pada para pelanggan, syarat kredit terdiri dari periode kredit dan potongan tunai yang diberikan perusahaan pada para pelanggannya..

Peneliti akan mencoba mencari hubungan antara penjualan kredit yang dilakukan perusahaan dengan tingkat rentabilitas perusahaan tersebut. Ada dua buah variabel yang digunakan, yaitu piutang rata-rata sebagai variabel

bebas (Independent Variable) dan Rentabilitas atau earning power sebagai variabel tidak bebas (Dependent Variable). Hipotesa yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. $H_0 = \rho = 0$, yang berarti tidak ada pengaruh antara penjualan kredit dengan tingkat Rentabilitas.
2. $H_a = \rho \neq 0$, yang berarti ada pengaruh antara penjualan kredit dengan tingkat Rentabilitas.

III.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengadakan analisis dan penelitian pada PT. Mustika Ratu, Tbk diperlukan data-data yang lengkap tentang perusahaan sesuai metode analisis yang digunakan penyusun melakukan pengumpulan data dengan cara:

- Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data sekunder, yaitu mendapatkan landasan bahan untuk teori, dengan mempelajari buku-buku mengenai analisa terhadap piutang dengan analisis rasio keuangannya.

III.5 Metode Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan metode Regresi sederhana, yaitu :

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \cdot \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y_i}{n} - b \frac{\sum X_i}{n}$$

dimana : X = Nilai Variabel Bebas

Y = Nilai yang diukur pada variabel tidak bebas

a = Y pintasan

b = Kemiringan Garis Regresi atau Koefisien Regresi

dan Korelasi Linier Sederhana, yaitu :

$$r = \frac{\frac{n}{\sum_{i=1}^n X_i Y_i} - \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}}{\sqrt{\frac{n}{\sum_{i=1}^n X_i^2} - \left(\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}\right)^2} \sqrt{\frac{n}{\sum_{i=1}^n Y_i^2} - \left(\frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}\right)^2}}$$

ket :

r = koefisien korelasi antara piutang usaha dengan earning power

n = periode (tahun)

X= perbandingan antara piutang usaha rata – rata dengan penjualan

Y = earning power

BAB IV

ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Standard Kredit

Mayoritas pelanggan PT. Mustika Ratu, Tbk adalah BUMN, Departemen dan Lembaga Pemerintah, serta perusahaan asing dan Swasta yang bonafit, perusahaan hampir tidak melakukan penilaian terhadap calon pelanggan. Hanya terhadap calon pelanggan yang merupakan perusahaan baru atau tidak dikenal, perusahaan melakukan penilaian berdasarkan informasi dari perusahaan lain ataupun dari berbagai sumber informasi lainnya. Setelah terjadi kesepakatan antara calon pelanggan dan supervisor produk perusahaan, tahapan selanjutnya adalah persetujuan dari manajer penjualan. Supervisor produk mempunyai wewenang dalam batas tertentu membuat keputusan disetujui tidaknya calon pelanggan membeli secara kredit.

Sebagai pengawasan terhadap wewenang tersebut, semua kontrak atau order penjualan harus ditanda tangani oleh manajer penjualan sampai jumlah tertentu dan untuk jumlah diatasnya ditanda tangani oleh direktur. Tetapi, untuk penjualan kepada BUMN dan departemen pemerintah biasanya Direktur atau Presiden Direktur yang menandatangani kontrak tanpa memandang nilai kontraknya.

Pemberian kontrak yang dilakukan PT. Mustika Ratu, Tbk dalam hal ini pemberian piutang kepada pelanggan seperti BUMN, Bank Swasta maupun pemerintah, departemen dan lembaga pemerintah, maupun perusahaan asing

dan swasta yang bonafid, penilaian berdasarkan konsep 5C yaitu Character, Capacity, Capital, Collateral, Conditions tidak dilakukan. Untuk pelanggan yang belum dikenal, perusahaan hanya dapat menilai berdasarkan pengalaman masa lalu dan informasi dari perusahaan lain dari perusahaan lain dan sumber-sumber informasi lainnya. Hambatan dalam penilaian calon pelanggan ini terutama dikarenakan sulitnya memperoleh laporan keuangan pelanggan. Dapat dikatakan masih jarang perusahaan yang belum go public mau mempublikasikan laporan keuangannya kepada pihak lain, kecuali bank, karena adanya persyaratan dari Bank Indonesia.

4.2. Kebijakan Penjualan Kredit

Tingkat persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan harus mencari alternatif untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Dengan adanya kenaikan volume penjualan diharapkan akan ada peningkatan laba yang diterima perusahaan. Salah satu alternatif yang dapat ditempuh adalah menerapkan kebijakan penjualan kredit. Pada saat ini, tingkat penjualan kredit telah meluas ke berbagai bidang usaha. Terlebih lagi apabila pesaing telah menerapkan kebijakan seperti ini, maka tidak ada jalan lain selain mengikutinya.

Penjualan secara kredit juga telah meluas ke bidang jamu dan kosmetik. PT. Mustika Ratu, Tbk sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ini turut menerapkan kebijakan penjualan kredit. Dari kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan, pendapatan penjualan produk secara kredit

menyumbangkan hampir keseluruhan pendapatan perusahaan, sedangkan transaksi tunai yang dilakukan jumlahnya sangat kecil.

Transaksi penjualan PT. Mustika Ratu, Tbk pada umumnya dilakukan atas dasar kontrak yang disetujui bersama. Pihak pembeli dan penjual merundingkan bersama jumlah transaksi, waktu dan cara penyerahan barang, serta cara pembayarannya. Supervisor produk perusahaan membuat penawaran harga dan menghubungi calon pembeli / pelanggan untuk bernegosiasi. Penyerahan barang bisa langsung dari gudang persediaan (sekitar 50 % dari total penjualan) atau melalui pesanan dengan penyerahan 1 sampai 2 bulan untuk kontrak dengan jumlah besar. Perusahaan, pada umumnya, tidak menerima uang muka pesanan. perusahaan lebih menganut dalam hal terjadi pembatalan kontrak oleh pembeli, perusahaan memberikan sanksi berupa denda sebesar 20% dari nilai kontrak.

Jangka waktu kredit yang ditetapkan PT Mustika Ratu adalah 30 hari setelah barang diterima oleh pelanggan, tetapi kadang bisa lebih lama tergantung negosiasi, sedangkan kebijakan pemberian potongan tunai tidak dilakukan perusahaan. Tidak adanya kebijakan potongan tunai kepada pelanggan karena dari pengalaman tidak ada pelanggan yang ingin membayar lebih awal. Terhadap pesaing dari perusahaan sejenis yang memberikan jangka waktu kredit yang lebih longgar, PT. Mustika Ratu, Tbk, berusaha memberikan layanan yang lebih baik dalam hal ketepatan pengiriman barang, dan hubungan yang baik dengan pelanggan.

Terhadap pelanggan yang menunda pembayarannya, perusahaan tidak memberi sanksi apapun. Hal ini didasarkan atas pertimbangan kemungkinan beralihnya pelanggan ke perusahaan saingan yang memberi persyaratan lebih lunak. Selain itu, sanksi berupa penundaan pemberian kredit baru pada pelanggan yang banyak dilakukan perusahaan lain dalam menghadapi pelanggan yang menunggak piutangnya tidak dapat diterapkan pada perusahaan, dikarenakan kebijakan lunak yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Untuk kegiatan pengumpulan piutang merupakan tanggung jawab bagian keuangan dan administrasi. Penagihan oleh bagian keuangan dan administrasi dilakukan baik melalui telepon maupun melalui kolektor, dengan dibantu bagian penjualan (bagian yang menjual produknya). Biasanya pembayaran dilakukan pelanggan dengan menggunakan giro ataupun secara transfer. Dalam hal ini pelunasan secara giro, bagian keuangan dan administrasi mengirimkan kolektor ke perusahaan pelanggan.

4.3 Analisis Perputaran Piutang Dan Periode Piutang Rata-Rata.

Evaluasi terhadap kebijakan penjualan kredit yang diterapkan perusahaan dilakukan dengan menggunakan rasio perputaran piutang (Receivable Turn Over) dan periode pengumpulan piutang rata-rata (Average Collection Periode).

$$\text{Receivable turn over} = \frac{\text{Net sales}}{\text{Average Receivable}}$$

$$\text{Average Collection Periode} = \frac{360 \text{ days}}{\text{Receivable Turn Over}}$$

Table 4.2.a

Penjualan dan Piutang usaha

PT.Mustika Ratu Tbk (dlm Rp)

Tahun	2001	2002
Penjualan	228.226.078.566	252.977.381.336
Piutang awal	40.827.390.253	50.250.118.983
Piutang akhir	50.250.118.983	78.409.481.533
Piutang rata - rata	45.538.754.618	64.329.800.258

Sumber : Laporan Keuangan Yang Diolah

Tahun	2003	2004
Penjualan	229.778.883.328	243.879.130.072
Piutang awal	78.409.481.533	74.959.450.955
Piutang akhir	74.959.450.955	79.666.039.138
Piutang rata - rata	76.684.466.244	77.312.745.046

Sumber : Laporan Keuangan Yang Diolah

Tahun	2005
Penjualan	208.097.055.563
Piutang awal	79.666.039.138
Piutang akhir	73.027.433.254
Piutang rata - rata	76.346.736.196

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

Tahun 2001

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Rp.228.226.078.566}}{\text{Rp.45.538.754.618}} = 5,01 \text{ X}$$

Average Receivable

$$\text{Collection Periode} = \frac{360 \text{ days}}{5,01} = 71,8 \text{ hari}$$

Tahun 2002

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Rp.252.977.381.336}}{\text{Rp.64.329.800.258}} = 3,93 \text{ X}$$

Average Receivable

$$\text{Collection Periode} = \frac{360 \text{ days}}{3,93} = 91,6 \text{ hari}$$

Tahun 2003

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Rp.229.778.883.328}}{\text{Rp.76.684.466.244}} = 2,99 \text{ X}$$

Average Receivable

$$\text{Collection Periode} = \frac{360 \text{ days}}{2,99} = 120,4 \text{ hari}$$

Tahun 2004

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Rp.243.879.130.072}}{\text{Rp.77.312.745.046}} = 3,15 \text{ X}$$

Average Receivable

$$\text{Collection Periode} = \frac{360 \text{ days}}{3,15} = 114,2 \text{ hari}$$

Tahun 2005

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Rp.208.097.055.563}}{\text{Rp. 76.346.736.196}} = 2,72 \text{ X}$$

Average Receivable

$$\text{Collection Periode} = \frac{360 \text{ days}}{2,72} = 132,3 \text{ hari}$$

Table 4.2.b
Receivable Turn Over Dan Collection Periode
PT.Mustika Ratu Tbk.

	TAHUN				
	2001	2002	2003	2004	2005
Receivable Turn Over	5,01 X	3,92 X	2,99 X	3,15 X	2.72 X
Average Receivable Collection Periode	71,8 hari	91,6 hari	120,4 hari	114,2 hari	132,3 hari

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

Piutang usaha tahun 2002 sebesar Rp. 78.409.481.533 dibandingkan dengan piutang usaha tahun 2001 yaitu Rp.50.250.118.983, mengalami kenaikan sebesar Rp 28.159.362.550 atau 56,03 %.

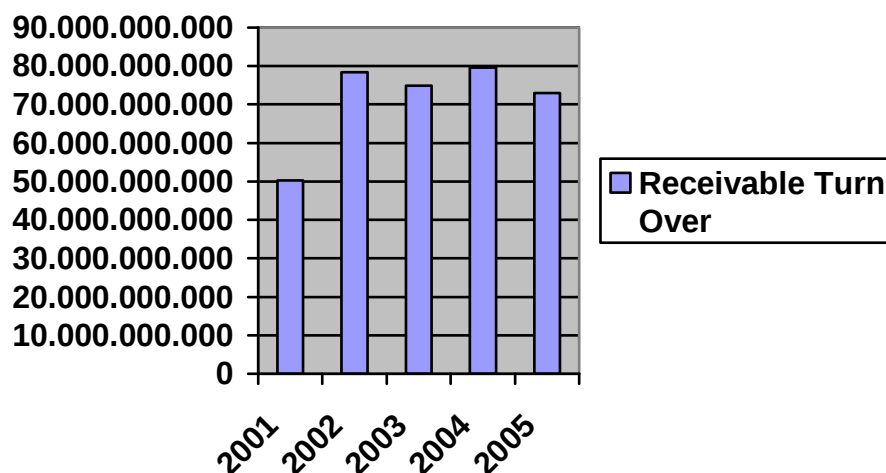
Tahun 2003 piutang usaha sebesar Rp. 74.959.450.955 mengalami penurunan sebesar Rp.3.450.030.580 atau 4,4 % dari piutang usaha tahun 2002 sebesar Rp. 78.409.481.533.

Tahun 2004 piutang usaha sebesar Rp. 79.666.039.138 mengalami kenaikan sebesar Rp. 4.706.588.180 atau 6,2 % dari piutang usaha tahun 2003 sebesar Rp. 74.959.450.955.

Tahun 2005 piutang usaha sebesar Rp. 73.027.433.254 mengalami penurunan sebesar Rp.6.638.605.880 atau 8,3 % dari piutang usaha tahun 2004 sebesar Rp. 79.666.039.138.

Berikut grafik receivable turn over :

UNIVERSITAS
Grafik 4.1.a
MERCU BUANA
Receivable Turn Over



Hasil perhitungan diatas terlihat bahwa perputaran piutang dagang dan periode pengumpulan piutang dagang menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi.

Pada tahun 2001, piutang berputar 5,01 kali, ini berarti piutang usaha baru dapat dikumpulkan dalam waktu 71,8 hari selama satu periode.

Pada tahun 2002, piutang berputar 3,92 kali, ini berarti piutang usaha baru dapat dikumpulkan dalam waktu 91,6 hari selama satu periode. dan mengalami penurunan. penurunan ini disebabkan menurunnya penjualan dan meningkatnya piutang rata – rata.

Pada tahun 2003, piutang berputar 2,99 kali, ini berarti piutang usaha baru dapat dikumpulkan dalam waktu 120,4 hari selama satu periode. kembali mengalami penurunan dengan penyebab yang sama.

Pada tahun 2004, piutang berputar 3,15 kali, ini berarti piutang usaha baru dapat dikumpulkan dalam waktu 114,2 hari selama satu periode. Dibandingkan dengan tahun 2003 terjadi peningkatan, disini terjadi peningkatan karena melonjaknya penjualan dan menurunnya piutang rata-rata.

Pada tahun 2005, piutang berputar 2,72 kali, ini berarti piutang usaha baru dapat dikumpulkan dalam waktu 132,3 hari selama satu periode. Terjadi kembali penurunan disini dikarenakan meningkatnya piutang.

Apabila dikaitkan dengan jangka waktu kredit yang telah ditetapkan perusahaan yaitu 30 hari, terjadi keterlambatan pengumpulan piutang usaha selama periode 2001 sampai dengan 2005.

4..4 Analisa Rentabilitas Perusahaan.

Dalam menganalisa rentabilitas perusahaan, digunakan earning power, dengan rumus sebagai berikut :

Earning Power = Profit Margin X Assets turn Over

Dimana;

$$\begin{aligned}\text{Profit Margin} &= \frac{\text{Net Income}}{\text{Net Sale}} \\ \text{Assets Turn Over} &= \frac{\text{Net Sale}}{\text{Asset}}\end{aligned}$$

Table 4.2.c
PT, Mustika Ratu
Net income, Net sale, Asset (dlm Rp)

Tahun	Net Income	Net Sale	Total Assets
2001	36.364.107.286	228.226.078.566	295.030.584.376
2002	20.451.896.698	252.977.381.336	291.549.154.925
2003	10.765.904.346	229.778.883.328	274.634.214.608
2004	13.150.786.421	243.879.130.072	294.415.332.598
2005	8.510.043.884	208.097.055.563	290.646.485.673

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

1. Earning Power tahun 2001

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 36.364.107.286}}{\text{Rp. 228.226.078.566}} \times 100\% = 15,93 \%$$

$$\text{Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp. 228.226.078.566}}{\text{Rp. 295.030.584.376}} = 0,77 \text{ X}$$

$$\text{Earning Power} = 15,93 \% \times 0,77 = 12,26 \%$$

Berdasarkan analisa data tahun 2001 earning power sebesar 12,26 %, berarti setiap Rp 1,- aktiva yang digunakan dalam operasi usaha akan menghasilkan laba usaha sebesar Rp 0,12.

2. Earning Power tahun 2002

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 20.451.896.698}}{\text{Rp. 252.977.381.336}} \times 100\% = 8,08 \%$$

$$\text{Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp. 252.977.381.336}}{\text{Rp. 291.549.154.925}} = 0,86 \text{ X}$$

$$\text{Earning Power} = 8,08 \% \times 0,86 = 6,94 \%$$

Tahun 2002 earning power sebesar 6,94 % berarti setiap Rp 1,- aktiva yang digunakan dalam operasi usaha akan menghasilkan laba usaha sebesar Rp 0,7.

penjualan tahun 2002 sebesar Rp 252.977.381.336 ,dibandingkan dengan tahun 2001 sebesar Rp 228.226.078.566 , terjadi kenaikan sebesar Rp 24.751.302.770.

laba usaha tahun 2002 sebesar Rp 20.451.896.698.,dibandingkan dengan laba usaha tahun 2001 sebesar Rp 36.364.107.286 , mengalami penurunan sebesar Rp.15.912.210.588. hal ini

disebabkan beban usaha yang dimiliki perusahaan sangat besar walau terjadi kenaikan dengan penjualan.

untuk profit margin tahun 2002 sebesar 8,08 %,dibandingkan dengan profit margin tahun 2001 sebesar 15,93 %, mengalami penurunan.hal ini disebabkan karena peningkatan beban harga pokok produksi serta beban usaha.

Untuk assets turn over tahun 2002 sebesar 0,86 X, dibandingkan asset turn over tahun 2001 sebesar 0,77 X mengalami kenaikan sebesar 0,9 X , hal ini disebabkan karena meningkatnya penjualan .

untuk Earning Power tahun 2002 sebesar 6,94 %, dibandingkan earning power tahun 2001 sebesar 12,26 % mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena adanya penurunan yang cukup besar pada profit margin .

3. Earning Power tahun 2003

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 10.765.904.346}{\text{Rp. } 229.778.883.328} \times 100\% = 4,68 \%$$

$$\text{Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp. } 229.778.883.328}{\text{Rp. } 274.634.214.608} = 0,83 \text{ X}$$

$$\text{Earning Power} = 4,68 \% \times 0,83 = 3,88 \%$$

Berdasarkan analisa data tahun 2003 earning power sebesar 3,88 % berarti setiap Rp 1,- aktiva yang digunakan dalam operasi usaha akan menghasilkan laba usaha sebesar Rp 0,4 .

penjualan tahun 2003 sebesar Rp 229.778.883.328, dibandingkan dengan tahun 2002 sebesar Rp 252.977.381.336, terjadi penurunan sebesar Rp 23.198.498.008

laba usaha tahun 2003 sebesar Rp 10.765.904.346, dibandingkan dengan laba usaha tahun 2002 sebesar Rp. 20.451.896.698, mengalami penurunan sebesar Rp 9.685992.352.

untuk profit margin tahun 2003 sebesar 4,68%, dibandingkan dengan profit margin tahun 2002 sebesar 8,08 %, mengalami penurunan. hal ini disebabkan karena peningkatan beban harga pokok produksi serta beban usaha.

assets turn over tahu 2003 sebesar 0,83 X, dibandingkan asset turn over tahun 2002 sebesar 0,86 X mengalami penurunan sebesar 0,03 X, hal ini disebabkan karena penurunan penjualan.

untuk Earning Power tahun 2003 sebesar 3,88 %, dibandingkan earning power tahun 2002 sebesar 6,94 % mengalami penurunan yang disebabkan karena adanya penurunan pada profit perusahaan.

4. Earning Power tahun 2004

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 13.150.786.421}}{\text{Rp. 243.879.130.072}} \times 100\% = 5,39 \%$$

$$\text{Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp. 243.879.130.072}}{\text{Rp. 294.415.332.598}} = 0,82 \text{ X}$$

$$\text{Earning Power} = 5,39 \% \times 0,82 = 4,41 \%$$

Tahun 2005 earning power sebesar 2,77 % berarti setiap Rp 1,- aktiva yang digunakan dalam operasi usaha akan menghasilkan laba usaha sebesar Rp 0,3.

penjualan tahun 2004 sebesar Rp 243.879.130.072 ,dibandingkan dengan tahun 2003 sebesar Rp 229.778.883.328, terjadi kenaikan sebesar Rp 14.100.246.744.

laba usaha tahun 2004 sebesar Rp 13.150.786.421. dibandingkan dengan laba usaha tahun 2003 sebesar Rp 10.765.904.346, mengalami kenaikan sebesar Rp. 3.384.882.075 kenaikan laba usaha ini disebabkan adanya peningkatan dalam penjualan .

untuk profit margin tahun 2004 sebesar 5,39 % dibandingkan dengan profit margin tahun 2003 sebesar 4,68 % mengalami kenaikan, hal ini disebabkan karena peningkatan penjualan perusahaan.

Untuk assets turn over tahu 2004 sebesar 0,82 X, dibandingkan asset turn over tahun 2003 sebesar 0,83 X mengalami penurunan sebesar 0,01 X, hal ini disebabkan karena meningkatnya penjualan tapi piutang bertambah .

untuk Earning Power tahun 2004 sebesar 4,41 %, dibandingkan earning power tahun 2003 sebesar 3,88 % mengalami kenaikan.kenaikan terjadi adanya peningkatan dari segi profit margin perusahaan.

5. Earning Power tahun 2005

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Rp. } 8.510.043.884}{\text{Rp. } 208.097.055.563} \times 100\% = 3,91 \%$$

$$\text{Assets Turn Over} = \frac{\text{Rp. } 208.097.055.563}{\text{Rp. } 290.646.485.673} = 0,71 \text{ X}$$

$$\text{Earning Power} = 3,91 \% \times 0,71 = 2,77 \%$$

Tahun 2005 earning power sebesar 2,77 % berarti setiap Rp 1,- aktiva yang digunakan dalam operasi usaha akan menghasilkan laba usaha sebesar Rp 0,3.

penjualan tahun 2005 sebesar Rp 208.097.055.563, dibandingkan dengan tahun 2004 sebesar Rp 243.879.130.072, terjadi penurunan sebesar Rp 35.782.074.509.

laba usaha tahun 2005 sebesar Rp 8.510.043.884 dibandingkan dengan laba usaha tahun 2004 sebesar Rp 13.150.786.421, mengalami penurunan sebesar Rp. 4.640.742.537 terjadi karena ada penurunan penjualan cukup besar pada perusahaan

untuk profit margin tahun 2005 sebesar 3,91 % dibandingkan dengan profit margin tahun 2004 sebesar 5,39 % mengalami penurunan.hal ini disebabkan bukan karena peningkatan beban harga pokok produksi tapi terjadi karena penurunan penjualan .

Untuk assets turn over tahu 2005 sebesar 0,71 X, dibandingkan asset turn over tahun 2004 sebesar 0,82 X mengalami penurunan sebesar 0,11X,

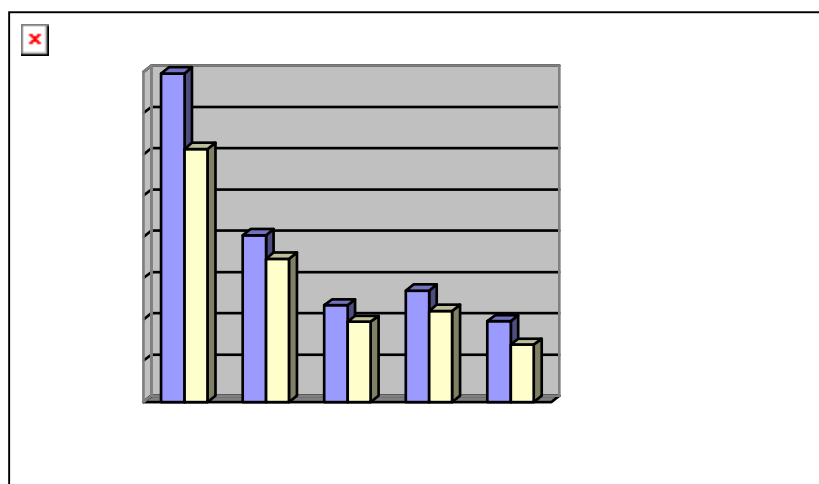
untuk Earning Power tahun 2005 sebesar 2,77 % ,dibandingkan earning power tahun 2004 sebesar 4,41 % mengalami penurunan sebesar 1,64%. Penurunan terjadi karena penjualan untuk profit margin mengalami penurunan yang cukup besar.

Tabel 4.2.d
Profit Margin,Assets Turn Over, Earning Power
PT Mustika Ratu Tbk

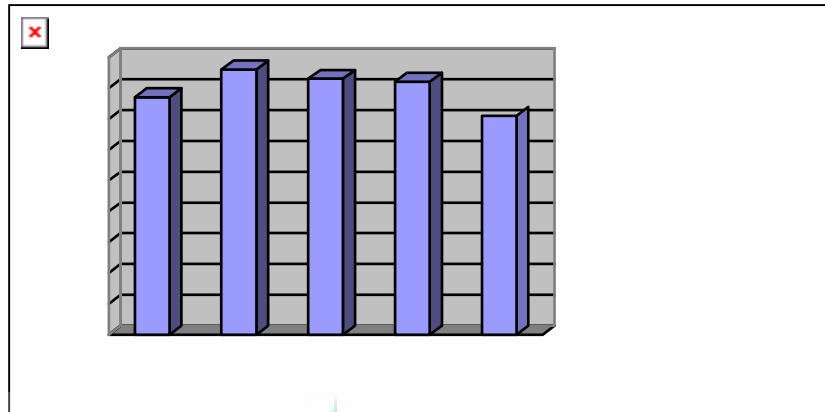
Tahun	Profit Margin	Assets turn Over	Earning Power
2001	15,93 %	0,77 X	12,26 %
2002	8,08 %	0,86 X	6,94 %
2003	4,68 %	0,83 X	3,88 %
2004	5,39 %	0,82 X	4,41 %
2005	3,91 %	0,71 X	2,77 %

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

Grafik 4.1.b
Profit Margin dan Earning Power



Gambar 4.1.c
Assets Turn Over



4.5 Pengaruh Kebijakan Piutang terhadap Rentabilitas

Untuk melihat pengaruh penjualan kredit atau piutang terhadap rentabilitas perusahaan digunakan metode regresi sederhana.

Dalam metode ini, kita akan melihat pengaruh kebijakan piutang yang dilakukan PT. Mustika Ratu apakah mempunyai pengaruh terhadap rentabilitas. Perbandingan antara piutang usaha rata-rata dengan penjualan dianggap sebagai variabel X (variabel bebas) dan earning power sebagai variabel Y (variabel tidak bebas)

Perbandingan antara piutang rata – rata dengan penjualan (variabel X)

1. Tahun 2001

$$\frac{\text{Piutang rata –rata}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% = \frac{\text{Rp. 45.538.754.618}}{\text{Rp. 228.226.078.566}} \times 100 \% = 19,95\%$$

2. Tahun 2002

$$\frac{\text{Piutang rata-rata}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% = \frac{\text{Rp. 64.329.800.258}}{\text{Rp. 252.977.381.336}} \times 100 \% = 25.42\%$$

3. Tahun 2003

$$\frac{\text{Piutang rata-rata}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% = \frac{\text{Rp. 76.684.466.244}}{\text{Rp. 229.778.883.328}} \times 100 \% = 25,58\%$$

Penjualan

Rp. 229.778.883.328

4. Tahun 2004

$$\frac{\text{Piutang rata-rata}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% = \frac{\text{Rp. 77.312.745.046}}{\text{Rp. 243.879.130.072}} \times 100 \% = 31,70\%$$

Penjualan

Rp. 243.879.130.072

5. Tahun 2005

$$\frac{\text{Piutang rata-rata}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% = \frac{\text{Rp. 76.346.736.196}}{\text{Rp. 208.097.055.563}} \times 100 \% = 36,68\%$$

Penjualan

Rp. 208.097.055.563

Table 4.3.a

Perbandingan Piutang rata-rata dengan penjualan

Tahun	Piutang rata-rata : Penjualan (Variabel X)
2001	19,95 %
2002	25,42 %
2003	25,58 %
2004	31,70 %
2005	36,68 %

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

Table 4.3.b
Earning Power

Tahun	Earning Power (Variabel Y)
2001	12,26 %
2002	6,94 %
2003	3,88 %
2004	4,41 %
2005	2,77 %

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

Kemudian kita gunakan perhitungan metode regresi linier Sebagai berikut :

Table 4.3.c
Perhitungan metode regresi linier
antara piutang usaha dengan Earning Power

Tahun	X (%)	Y (%)	XY	X ²	Y ²
2001	19,5	12,26	239,07	380,25	150,31
2002	25,42	6,94	176,41	646,18	48,16
2003	25,58	3,88	99,25	654,34	15,05
2004	31,70	4,41	139,80	1004,90	19,45
2005	36,68	2,77	101,60	1345,42	7,67
Total	138,88	30,26	756,13	4031,09	240,64

Sumber : Laporan keuangan yang di olah

Untuk melihat pengaruh penjualan kredit terhadap rentabilitas /earning power digunakan metode sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \cdot \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y_i}{n} - b \frac{\sum X_i}{n}$$

analisa data diatas yaitu :

$$b = \frac{5 (756,13) - (138,88) \cdot (30,26)}{5 (4031,09) - (138,88)^2}$$

$$b = \frac{3780,65 - 4202,51}{20155,45 - 19287,65}$$

$$b = -0,486$$

$$a = \frac{(30,26)}{5} - (-0,486) \frac{(138,88)}{5}$$

$$a = (6,052 - (- 13,502)$$

$$a = 20,004$$

Persamaan garis regresi yang diperoleh dari hasil perhitungan diatas adalah :

$$Y = a + b X$$

$$= 20,004 - 0,486 X$$

Berdasarkan hasil data diatas dengan $b = -0,486$ berarti setiap piutang atau penjualan mengalami kenaikan sebesar 1 % maka akan mengakibatkan earning power turun sebesar 0,5 %, sedangkan untuk $a = 20,004$ berarti apabila piutang atau penjualan = 0, maka earning power sebesar Rp 20,-

Sedang untuk melihat kuat atau tidaknya pengaruh X terhadap Y kita menggunakan koefisien relasi sebagai berikut :

$$r = \frac{5(756,13) - (1388,88)(30,26)}{\sqrt{5(4031,09) - (138,88)^2} \sqrt{5(240,04) - (30,26)^2}}$$

$$r = -0,8488$$

artinya pengaruh X terhadap Y kuat dan negatif

Kemudian besarnya kontribusi X terhadap kenaikan (penurunan) Y diukur dengan koefisien penentuan (KP) yang rumusnya sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

$$= (-0,8488)^2 \times 100 \%$$

$$= 0,7205 \times 100 \%$$

$$= 72,05 \%$$

artinya, sumbangan X terhadap naik turunnya Y sebesar 72,05 %, sisanya disebabkan oleh faktor – faktor lain seperti faktor kebijakan pemerintah, dan keamanan.

Dari analisis korelasi terlihat bahwa pengaruh piutang usaha terhadap rentabilitas PT Mustika Ratu kuat dan negatif, dimana kenaikan (penurunan) piutang usaha akan diikuti dengan penurunan (kenaikan) rentabilitas, dan

kontribusi piutang usaha terhadap rentabilitas perusahaan sebesar 72,05 % sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain.

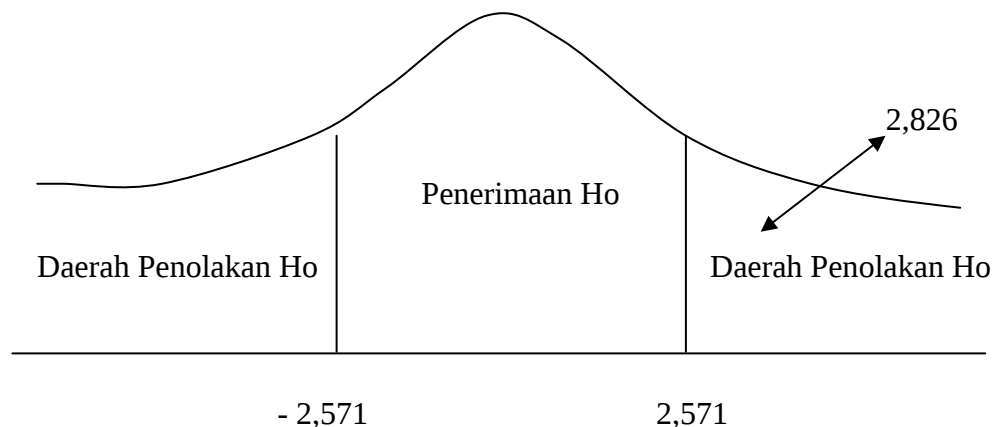
Untuk membuktikan bahwa piutang / penjualan memang mempengaruhi earning power perlu dilakukan pengujian terhadap koefisien korelasinya dengan menggunakan uji t.

- Hipotesa awal (H_0) adalah tidak ada pengaruh piutang / penjualan terhadap earning power
- Hipotesa alternatif (H_a) adalah ada pengaruh piutang / penjualan terhadap earning power.

Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t_0 &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-KP}} \\ &= \frac{-0,8488 \sqrt{5-2}}{\sqrt{1-0,7205}} \\ &= -2,8269 \end{aligned}$$

dengan menggunakan level of signifikan (α) sebesar 5 % maka diperoleh $t_{1/2\alpha} = 2,571$ dari tabel distribusi t.



karena $-t_{\frac{1}{2}\alpha} \leq t_0 \leq t_{\frac{1}{2}\alpha}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima , artinya ada pengaruh antara piutang dengan earning power.

Dengan demikian dari data tersebut bahwa pengaruh kebijakan piutang terhadap earning power pada PT Mustika Ratu cukup kuat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab IV yang didahului dengan uraian pada bab – bab sebelumnya, maka penyusun dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Syarat kredit yang ditetapkan perusahaan yaitu net 30 hari, pada kenyataannya tidak dapat berjalan seperti yang telah ditetapkan, hampir selalu lewat dari waktu yang telah ditetapkan. Tidak diberlakukannya kebijakan potongan tunai menyebabkan tidak ada rangsangan bagi pelanggan untuk membayar sebelum jangka waktu yang ditetapkan.
2. Penilaian calon pelanggan dengan konsep 5 C tidak dilakukan karena mayoritas pelanggan adalah BUMN, Departemen dan Lembaga Pemerintah, Bank pemerintah dan swasta, serta perusahaan swasta yang kredibilitasnya tidak perlu diragukan lagi. Tetapi untuk sebagian kecil pelanggan yang merupakan perusahaan baru dan belum dikenal, PT Mustika Ratu hanya menilai dari informasi – informasi yang diperoleh dari perusahaan lain dan sumber informasi lainnya, tidak melakukan penilaian 5 C terhadap calon pelanggan tersebut, sehingga resiko yang diambil cukup besar.

3. Dari hasil perhitungan uji t dapat diketahui bahwa penjualan kredit yang dilakukan oleh PT Mustika Ratu ikut mempengaruhi tingkat rentabilitas perusahaan. Hal ini diperkuat oleh hasil analisis korelasi yang dilakukan, yaitu terdapat hubungan yang kuat dan negatif antara penjualan kredit perusahaan dengan earning power, dengan tingkat pengaruh 72,05 %.

B. Saran-Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab IV dan kesimpulan pada awal bab V ini, penyusun memberikan saran – saran sebagai masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan kredit selanjutnya sebagai berikut :

1. Dalam meningkatkan tingkat pendapatan perusahaan, sebaiknya perusahaan dalam melakukan kerja sama dengan mitra usaha, perusahaan seharusnya lebih ketat melakukan seleksi terhadap pelanggan yang akan menjadi mitra usaha tersebut. Untuk menghindari adanya permasalahan dalam pemenuhan kewajiban oleh pelanggan terhadap perusahaan.
2. Hendaknya perusahaan menerapkan konsep 5C dalam melakukan penilaian terhadap calon pelanggan yang belum dikenal, agar resiko piutang tak tertagih lebih kecil.
3. Perusahaan hendaknya memperhatikan kebijakan pengumpulan piutang dengan mengirim surat peringatan kepada pelanggan yang

menunggak pelunasan utangnya atau mencantumkan sanksi denda maupun pengenaan bunga atas keterlambatan pembayaran di dalam setiap perjanjian atau order penjualan, sehingga periode pengumpulan piutang dapat dipercepat seperti yang diharapkan perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, 2000, *Analisa Laporan Keuangan*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Bambang Riyanto, 2001, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, edisi kedelapan, Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta
- Basu Swasta dan Ibnu Suktjo, 2001, *Pengantar Bisnis Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Gunawan Adisaputro, 2000, *Anggaran Perusahaan*, edisi Ketiga, BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- J Weston and Eugene F. Brigham, 2000, *Essential of Managerial Finance*, Twelve edition, HarcourtNrace and co. International, USA
- J Weston and E. Thomas Copeland , 2001, *Managerial Finance*, ten editionm The Dryden Press, Illinois
- Muhammad Nazir, 2001, *Metodelogi Penelitian*, Edisi Keempat, Ghalia, Jakarta, Indonesia
- S. Munawir, 1995, *Analisa Laporan keuangan*, edisi keempat, Liberty, Yogyakarta
- Supranto J, 2002, *Statistik dan Teori Aplikasi*, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, edisi ketujuh, CV, Alfabeta, Bandung
- Syamsudin Lukman, 2001, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, edisi kelima, Rajawali Pers, Jakarta

LAMPIRAN

Table 4.1a
Neraca 31 Desember
PT.Mustika Ratu Tbk

TAHUN	2001	2002
AKTIVA		
AKTIVA LANCAR		
Kas dan setara kas	120.054.736.010	71.585.493.779
Piutang usaha	50.250.118.983	78.409.481.533
Persediaan	49.427.295.910	53.038.738.480
Biaya dibayar di muka	551.313.081	1.078.312.260
Uang muka	1.276.033.963	7.041.738.405
Jumlah Aktiva Lancar	222.789.614.320	216.755.531.704
AKTIVA TIDAK LANCAR		
Aktiva tetap	52.283.955.140	55.678.686.676
Aktiva pajak tangguhan	500.284.750	18.681.769
Tanah yang belum digunakan usaha	17.406.861.377	17.406.861.377
Uang jaminan	1.737.368.792	1.689.393.399
Hak atas formula	312.499.997	-
Jumlah Aktiva tidak Lancar	72.240.970.056	74.793.623.221
JUMLAH AKTIVA	295.030.584.376	291.549.154.925
KEWAJIBAN DAN EKUITAS		
KEWAJIBAN LANCAR		
Hutang bank jangka pendek	3.583.915.018	5.521.623.393.
Hutang usaha	21.154.286.364	22.699.086.204
Hutang lain – lain	3.954.297.351	4.111.235.519
Hutang pajak	7.028.893.562	11.075.906.415
Biaya masih harus dibayar	1.446.106.520	1.651.247.051
Hutang dividen	-	220.588.493
Hutang sewa guna usaha	8.410.238.786	5.251.076.011
Jumlah Kewajiban Lancar	45.577.737.601	50.530.760.011
KEWAJIBAN TIDAK LANCAR		
Kewajiban pajak	393.682.540	848.480.080
Kewajiban jangka panjang	-	
HAK MINORITAS ATAS AKTIVA BERSIH ANAK PERUSAHAAN YANG DIKONSOLIDASI	10.000.000	10.000.000
EKUITAS		
Modal saham	53.500.000.000	53.500.000.000
Tambahan modal disetor	56.700.000.000	56.700.000.000
Selisih kurs karena penjabaran laporan keuangan	20.132.698.416	18.064.552.242
Saldo laba	118.716.465.819	111.895.362.517
Jumlah Ekuitas	249.049.164.235	240.159.914.759
JUMLAH KEWAJIBAN DAN	295.030.584.376	291.549.154.925

EKUITAS		
----------------	--	--

Sumber : Diolah dari Laporan Keuangan PT.Mustika Ratu Tbk

Table 4.1b
Laporan Rugi Laba
PT.Mustika Ratu Tbk
31 Desember

TAHUN	2001	2002
PENJUALAN BERSIH	228.226.078.566	252.977.381.336
BEBAN POKOK PENJUALAN	97.343.227.062	108.219.182.980
LABA BRUTO	130.882.851.504	144.758.198.356
BEBAN USAHA		
Penjualan	62.561.597.684	73.502.622.029
Umum dan administrasi	29.231.968.591	29.357.820.000
Jumlah Beban Usaha	91.793.565.975	102.860.442.029
LABA USAHA	39.089.285.529	41.897.756.327
PENDAPATAN (BEBAN) LAIN-LAIN		
Penghasilan bunga	8.442.765.704	3.825.549.650
Laba penjualan aktiva tetap	935.553.500	332.595.650.
Laba(Rugi) selisih kurs	2.874.166.302	(9.318.084.846)
(Pengembangan pasar)	(4.596.723.417)	(5.536.153.086)
Rugi penurunan nilai atas sewa tanah dan bangunan	-	(2.397.184.730)
Lain-lain bersih	1.940.404.944	246.254.087
Pendapatan lain-lain bersih	9.596.167.033	(12.845.023.681)
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	48.685.452.562	29.052.732.647
TAKSIRAN PENGHASILAN (BEBAN) PAJAK		
Pajak kini	(11.558.726.300)	(16.265.271.377)
Pajak tangguhan	(762.618.976)	(936.400.521)
LABA BERSIH	36.364.107.286	20.451.896.698
LABA BERSIH PER SAHAM	340	85

Sumber : Diolah dari Laporan Keuangan PT.Mustika Ratu Tbk

Table 4.1c
Neraca 31 Desember
PT.Mustika Ratu Tbk

TAHUN	2003	2004
AKTIVA		
AKTIVA LANCAR		
Kas dan setara kas	65.984.979.730	82.524.157.480
Piutang usaha	74.959.450.955	79.666.039.138
Persediaan	46.479.771.218	42.510.136.090
Biaya dibayar di muka	1.878.415.719	1.364.136.882
Uang muka	3.311.544.268	5.138.430.629
Jumlah Aktiva Lancar	195.239.724.873	213.921.382.547
AKTIVA TIDAK LANCAR		
Aktiva tetap	52.325.099.131	54.257.392.105
Aktiva pajak tangguhan	562.677.503	1.226.063.050
Tanah yang belum digunakan usaha	17.406.861.377	17.406.861.377
Uang jaminan	1.589.825.839	1.625.544.615
Hak atas formula	-	-
Jumlah Aktiva tidak Lancar	79.394.489.735	80.493.950.051
JUMLAH AKTIVA	274.634.214.608	294.415.332.598
KEWAJIBAN DAN EKUITAS		
KEWAJIBAN LANCAR		
Hutang bank jangka pendek	8.083.649.544	8.461.687.714
Hutang usaha	14.111.591.904	22.066.456.969
Hutang lain-lain	3.602.120.307	1.488.269.500
Hutang pajak	11.361.885.733	8.665.979.301
Biaya masih harus dibayar	640.619.053	514.182.541
Hutang dividen	640.619.053	233.221.892
Hutang sewa guna usaha	233.221.892	-
Jumlah Kewajiban Lancar	38.033.088.433	41.429.797.917
KEWAJIBAN TIDAK LANCAR		
Kewajiban pajak	2.737.280.942	975.248.797
Kewajiban jangka panjang		4.397.973.835
HAK MINORITAS ATAS AKTIVA BERSIH ANAK PERUSAHAAN YANG DIKONSOLIDASI	10.000.000	10.000.000
EKUITAS		
Modal saham	53.500.000.000	53.500.000.000
Tambahan modal disetor	56.700.000.000	56.700.000.000
Selisih kurs karena penjabaran laporan keuangan	16.400.578.370	18.515.650.121
Saldo laba	107.253.266.863	118.886.661.928
Jumlah Ekuitas	233.853.845.233	247.602.312.049
JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	274.634.214.608	294.415.332.598

Sumber : Diolah dari Laporan Keuangan PT.Mustika Ratu Tbk

Table 4.1.d
Laporan Rugi Laba
PT.Mustika Ratu Tbk
31 Desember

TAHUN	2003	2004
PENJUALAN BERSIH	252.977.381.336	243.879.130.072
BEBAN POKOK PENJUALAN	108.219.182.980	111.954.876.421
LABA BRUTO	144.075.819.898	131.924.253.651
BEBAN USAHA		
Penjualan	73.502.622.029	80.806.515.373
Umum dan administrasi	29.357.820.000	29.969.967.999
Jumlah Beban Usaha	102.860.442.029	110.776.483.372
LABA USAHA	41.897.756.327	21.147.77.279
PENDAPATAN (BEBAN) LAIN-LAIN		
Penghasilan bunga	3.825.549.650	4.66.742.945
Laba penjualan aktiva tetap	332.595.245	1.668.249.516
Laba(Rugi) selisih kurs	3.574.379.043	292.376.667
(Pengembangan pasar)	3.516.838.696	(1.924.355.912)
Rugi penurunan nilai atas sewa tanah dan bangunan	2.507.547.668	(575.105.659)
Lain-lain bersih	893.938.579	(1.713.156.213)
Pendapatan lain-lain bersih	12.563.954.160	(3.059.197.102)
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	15.076.015.970	(649.445.758)
TAKSIRAN PENGHASILAN (BEBAN) PAJAK		
Pajak kini	4.873.459.352	7.177.025.305
Pajak tangguhan	563.347.728	170.512.795
LABA BERSIH	20.451.896.698	13.150.786.421
LABA BERSIH PER SAHAM	48	31

Sumber : diolah dari Laporan Keuangan PT.Mustika Ratu

Table 4.1.e
Neraca 31 Desember
PT.Mustika Ratu Tbk

TAHUN	2005
AKTIVA	
AKTIVA LANCAR	
Kas dan setara kas	82.755.846.990
Piutang usaha	73.027.433.254
Persediaan	41.808.010.189
Biaya dibayar di muka	3.870.657.743
Uang muka pemasok	5.762.233.690
Jumlah Aktiva Lancar	210.011.260.413
AKTIVA TIDAK LANCAR	
Aktiva tetap	53.033.799.924
Aktiva pajak tangguhan	1.256.606.204
Tanah yang belum digunakan usaha	17.406.861.377
Uang jaminan	1.559.484.976
Hak atas formula	-
Jumlah Aktiva tidak Lancar	80.493.950.051
JUMLAH AKTIVA	290.646.485.673
KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
KEWAJIBAN LANCAR	
Hutang bank jangka pendek	4.228.216.428
Hutang usaha	17.359.888.538
Hutang lain – lain	1.571.488.331
Hutang pajak	5.790.580.618
Biaya masih harus dibayar	666.207.913
Hutang dividen	235.653.913
Hutang sewa guna usaha	43.910.571
Jumlah Kewajiban Lancar	29.895.946.042
KEWAJIBAN TIDAK LANCAR	
Kewajiban pajak	788.142.786
Kewajiban jangka panjang	4.245.885.978
HAK MINORITAS ATAS AKTIVA BERSIH ANAK PERUSAHAAN YANG DIKONSOLIDASI	12.000.000
EKUITAS	
Modal saham	53.500.000.000
Tambahan modal disetor	56.700.000.000
Selisih kurs karena penjabaran laporan keuangan	19.986.102.340
Saldo laba	125.427.905.812
Jumlah Ekuitas	255.624.008.152
JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	290.646.485.673

Sumber : diolah dari Laporan Keuangan PT.Mustika Ratu

Table 4.1.f
Laporan Rugi Laba
PT.Mustika Ratu Tbk
31 Desember

TAHUN	2005
PENJUALAN BERSIH	208.097.055.563
BEBAN POKOK PENJUALAN	93.234.462.480
LABA BRUTO	114.862.593.083
BEBAN USAHA	
Penjualan	77.109.824.489
Umum dan administrasi	24.704.032.796
Jumlah Beban Usaha	101.813.857.285
LABA USAHA	13.048.735.798
PENDAPATAN (BEBAN) LAIN-LAIN	
Penghasilan bunga	2.921.839.887
Laba penjualan aktiva tetap	2.448.107.414
Laba(Rugi) selisih kurs	116.641.250
(Pengembangan pasar)	(2.993.700.368)
Rugi penurunan nilai atas sewa tanah dan bangunan	(1.850.340.734)
Lain-lain bersih	(1.299.55.911)
Pendapatan lain-lain bersih	(1.125.017.755)
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	(1.782.021.217)
TAKSIRAN PENGHASILAN (BEBAN) PAJAK	11.266.714.581
Pajak kini	2.974.319.663
Pajak tangguhan	(217.648.966)
LABA BERSIH LABA BERSIH PER SAHAM	8.510.043.884 20

Sumber : diolah dari Laporan Keuangan PT.Mustika Ratu

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

NAMA : BUDI ASMARA
TEMPAT & TANGGAL LAHIR : AJIBARANG, 25 JUNI 1982
ALAMAT : JL. DR KRT Radjiman Widyodiningrat
RT. 003 / 05 No. 87, Jakarta Timur
TELP : 0815.1317.2326

PENDIDIKAN

2005 – 2007 : UNIVERSITAS MERCU BUANA
2000 – 2003 : AKADEMI PIMPINAN PERUSAHAAN
1997 – 2000 : SMUN 107 JAKARTA
1994 – 1997 : SMPN 256 JAKARTA
1989 – 1994 : SDN 07 PAGI, JAKARTA

