

**Analisis pengaruh penjualan kredit terhadap piutang dan laba usaha pada unit pertokoan KPRI ikhlas di Surakarta**

**Oleh :**

**Irene Diah Vita Widiyasari**

**F 0299061**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Dalam rangka pembangunan ekonomi bangsa Indonesia, koperasi mempunyai kedudukan dan fungsi (peran dan tugas) yang penting yang secara bersama-sama dengan Badan-badan Usaha Milik Negara atau Swasta melakukan berbagai usaha demi tercapainya kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Perkembangan usaha koperasi berlangsung serba cepat dan meluas mengikuti kemajuan ekonomi dan tingkat kepentingan atau kebutuhan para anggotanya, ini berarti bahwa usaha-usaha pelayanan-pelayanannya telah meningkat, walaupun demikian gerak organisasinya tetap bertahan dengan kuat pada sendi-sendi yang khas, yaitu mengutamakan kesejahteraan para anggotanya dengan gerakan yang cepat dan tepat. Dengan gerakannya yang serba cepat, tepat, dan luas maka tidak hanya 1 fungsi saja yang dilaksanakan melainkan secara sekaligus 3 fungsi yang satu dengan yang lainnya erat berhubungan (Kartasapoetra, 1989: 4). Sebagai contoh: Koperasi Pegawai Negeri, selaku koperasi konsumsi, berusaha

mencukupi kebutuhan para anggota dalam berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari (beras, sabun, bahan pakaian, barang kelontong, dll); selaku koperasi produksi, menyelenggarakan usaha pabrikase sepeda, terutama untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya akan sepeda; selaku koperasi kredit, menyelenggarakan usaha simpan pinjam dan usaha pengadaan perumahan bagi para anggota dengan sistem kredit.

Sebagai koperasi konsumsi, koperasi mengusahakan kebutuhan sehari-hari, dengan tujuan agar anggota-anggotanya dapat membeli barang-barang konsumsi dengan kualitas yang baik dan harga yang layak. Untuk melayani kebutuhan anggota-anggotanya, maka koperasi konsumsi mengadakan usaha-usaha sebagai berikut:

1. Membeli barang-barang konsumsi keperluan sehari-hari dalam jumlah yang besar sesuai dengan kebutuhan anggota.

Koperasi konsumsi membeli barang-barang dalam jumlah yang besar. Di dalam perdagangan terdapat kebiasaan bahwa pembeli akan memperoleh harga yang ringan apabila ia membeli dalam jumlah yang besar sekaligus. Jika ia membayar dengan kontan sekaligus seluruh harganya maka ia akan mendapat harga yang lebih rendah lagi. Kebiasaan dagang ini digunakan oleh koperasi konsumsi untuk memberikan manfaat kepada anggota, yaitu harga yang layak. Jenis dan barang yang dibeli oleh koperasi harus sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anggota. Kalau tidak maka barang-barang tersebut akan tertimbun dan tidak terbeli.

2. Menyalurkan barang-barang konsumsi kepada para anggota dengan harga yang layak

Koperasi konsumsi menyalurkan barang-barang yang dirasakan manfaatnya. Dalam menyalurkan atau menjual barang-barang tersebut kepada para anggota selalu dipertimbangkan bahwa anggota tidak boleh dipaksa membeli barang-barang tersebut. Anggota-anggota sendiri yang harus sadar atau diberi kesadaran bahwa barang-barang tersebut telah disediakan sesuai dengan keputusan rapat anggota, dan oleh sebab itu harus sadar untuk berbelanja ke koperasinya itu. Harga yang dibayar harus dirasakan sebagai keringanan atau dirasakan bermanfaat baginya. Untuk memudahkan anggota berbelanja, maka koperasi konsumsi sebaiknya memiliki toko yang dibuka sepanjang hari. Selain melayani anggota, toko koperasi juga boleh melayani umum.

3. Berusaha membuat sendiri barang-barang konsumsi untuk keperluan anggota. Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan harga yang sesuai sering pula koperasi membuat sendiri misalnya sepatu, tekstil, dll. Dengan demikian maka koperasi tidak semata-mata tergantung pada pihak luar.

Dalam rangka usaha memperbesar volume penjualan dan mensejahterakan anggotanya tidak jarang koperasi menjual barang-barangnya dengan cara kredit. Dengan melaksanakan penjualan kredit atau memberikan piutang terhadap barang-barang atau jasa-jasa yang dijualnya tersebut berarti koperasi tidak segera menghasilkan penerimaan kas atau tidak langsung menerima uang tunai pada waktu terjadinya penjualan. Dan kemudian barulah pada saat hari jatuhnya terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut. Adanya

penjualan kredit dapat meningkatkan volume penjualan, pembeli yang biasanya membeli barang dalam jumlah kecil akan terdorong untuk membeli lebih banyak dengan kredit yang ditawarkan kepada mereka.

Penjualan kredit juga menimbulkan berbagai jenis biaya diantaranya biaya modal. Piutang sebagai salah satu bentuk investasi akan menyerap sebagian dari modal koperasi yang tersedia baik dibelanjai dengan modal sendiri atau modal dari luar, selalu menambah beban tetap berwujud biaya modal.

Dengan memberikan piutang ini berarti koperasi telah menginvestasikan sebagian modalnya dalam piutang yang telah diberikan kepada pihak lain. Piutang ternyata dapat merupakan bagian terbesar dari harta lancar, sehingga dengan demikian merupakan suatu investasi yang harus terus-menerus diawasi dan dikendalikan. Untuk mengukur efektifitas pimpinan perusahaan di dalam menangani piutang biasanya dipakai angka rasio perputaran piutang. Perputaran piutang yang semakin tinggi adalah semakin baik karena berarti modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk piutang akan semakin rendah (Djarwanto, 1984: 145). Mengingat begitu besar penjualan kredit yang berpengaruh terhadap besar-kecilnya piutang di KPRI Ikhlas. Dan untuk menunjukkan sampai seberapa besar efektifitas KPRI Ikhlas dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya dalam hal ini piutang untuk meningkatkan laba KPRI Ikhlas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih judul **“ANALISIS PENGARUH PENJUALAN KREDIT TERHADAP PIUTANG DAN LABA USAHA PADA UNIT PERTOKOAN KPRI IKHLAS DI SURAKARTA”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Adapun yang menjadi pokok permasalahan di sini adalah :

1. Seberapa besar tingkat perputaran piutang yang dicapai Unit Pertokoan KPRI?
2. Seberapa lama hari rata-rata pengumpulan piutang pada Unit Pertokoan KPRI?
3. Seberapa besar ratio laba usaha dengan penjualan yang dicapai Unit Pertokoan KPRI ?
4. Adakah pengaruh penjualan kredit terhadap piutang ?
5. Adakah pengaruh penjualan kredit terhadap perputaran piutang ?
6. Adakah pengaruh penjualan kredit terhadap laba usaha ?

### **C. Pembatasan Masalah**

Penulis membatasi masalah pada unit usaha pertokoan KPRI Ikhlas dalam menyelenggarakan penjualan berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari dan pengaruh penjualan kredit terhadap piutang, penjualan kredit terhadap perputaran piutang, dan penjualan kredit terhadap laba usaha.

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian di sini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat perputaran piutang yang dicapai Unit Pertokoan KPRI .
2. Untuk mengetahui seberapa lama hari rata- rata pengumpulan piutang pada Unit Pertokoan KPRI .

3. Untuk mengetahui seberapa besar ratio laba usaha dengan penjualan yang dicapai Unit Pertokoan KPRI .
4. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit terhadap piutang .
5. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit terhadap perputaran piutang .
6. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kredit terhadap laba usaha .

### E. Manfaat Penelitian

#### 1. Bagi Koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan saran kepada KPRI “ Ikhlas” serta dapat dijadikan pedoman dalam mempertimbangkan penentuan kebijakan penjualan kredit terutama dalam hubungan serta pengaruhnya terhadap piutang dan laba bersih.

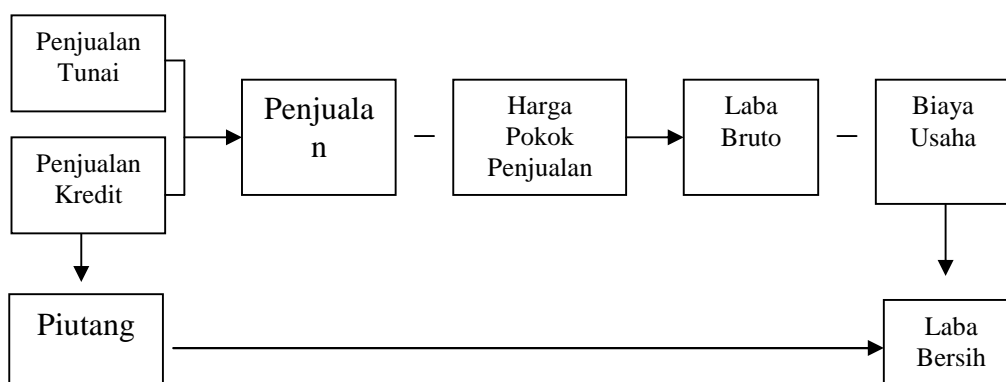
#### 2. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini akan menambah pengetahuan dan pengalaman serta melatih kemampuan dalam menganalisis permasalahan berdasarkan teori yang telah diperoleh selama kuliah

#### 3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk kepentingan penelitian mengenai masalah yang sama di masa yang akan datang

### F. Kerangka Pemikiran



### Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Dalam rangka usaha memperluas volume penjualan dan membantu memenuhi kebutuhan anggotanya, koperasi melakukan kebijakan penjualan kredit bagi anggota. Dengan adanya penjualan kredit tersebut, maka menimbulkan piutang. Dengan melaksanakan penjualan kredit, juga harus dipertimbangkan besarnya volume penjualan yang dihasilkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengetahui laba yang didapat oleh koperasi, yang selanjutnya dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam hal ini koperasi untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan.

Dapat dijelaskan dalam skema di atas bahwa penjualan kredit akan mengakibatkan adanya piutang. Setelah mengetahui besarnya piutang, maka akan dapat dihitung perputaran piutangnya setelah mengetahui besarnya piutang dan perputaran piutang, maka akan dapat dianalisis pengaruh penjualan kredit terhadap piutang dan penjualan kredit terhadap perputaran piutang.

Tinggi rendahnya perputaran piutang mempunyai efek yang langsung terhadap besarnya modal yang diinvestasikan dalam piutang. Perputaran piutang yang semakin tinggi atau besar adalah semakin baik, karena berarti modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk piutang akan semakin rendah atau makin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang. Volume penjualan kredit ditambah dengan

volume penjualan tunai akan menghasilkan total penjualan. Total penjualan ini dikurangi dengan harga pokok penjualan akan menghasilkan laba bruto. Laba bruto dikurangi dengan total biaya akan menghasilkan laba usaha. Setelah mengetahui besarnya laba usaha dari penjualan, dapat dianalisis mengenai seberapa besar pengaruh antara penjualan kredit terhadap laba bersih. Laba akan menaikkan modal untuk memperluas investasi, dalam hal ini termasuk juga piutang. Pengelolaan piutang yang efektif dan efisien akan memperlancar penjualan yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan laba koperasi.

### **G. Hipotesis**

1. Diduga bahwa penjualan kredit mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap piutang.
2. Diduga bahwa penjualan kredit mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perputaran piutang.
3. Diduga bahwa penjualan kredit mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap laba bersih.

### **H. Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan gambaran yang aktual guna mencari pemecahan masalah, digunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Ruang lingkup penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah studi kasus yang hanya berlaku bagi Unit Pertokoan KPRI Ikhlas yang kantor pusatnya berlokasi di



Jalan Ki Mangun Sarkoro No 115, Sumber Kecamatan Banjarsari Surakarta, sebagai subyek penelitian. Penelitian tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa masalah tersebut menarik untuk diteliti serta melihat cukup pesatnya perkembangan yang dialami KPRI Ikhlas.

## 2. Definisi Operasional

- a. Penjualan kredit adalah keseluruhan penjualan yang pembayarannya dilakukan kemudian, yaitu tidak melebihi jangka waktu kredit yang ditetapkan oleh perusahaan.
- b. Piutang adalah salah satu bentuk investasi, sehingga sebagai salah satu bentuk investasi maka piutang dagang menyerap sejumlah dana modal kerja, mempunyai usia tertentu sesuai dengan waktu keterikatannya, mempengaruhi tingkat resiko perusahaan secara keseluruhan, perlu dimonitor tingkat efisiensi pengelolaannya dari waktu ke waktu.
- c. Perputaran piutang adalah ratio yang menunjukkan tentang berapa kali piutang itu terjadi atau timbul dan diterima pembayarannya dalam satu tahun buku. Perputaran piutang juga menunjukkan perubahan dari penjualan kredit hingga menjadi kas.
- d. Hari rata-rata pengumpulan piutang adalah jangka waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan atau mengkonversikan piutang menjadi kas.
- e. Laba usaha merupakan hasil penjualan dikurangi dengan seluruh biaya operasi termasuk harga pokok penjualan.

- f. Ratio atau prosentase laba usaha dari hasil penjualan, menunjukkan bagian yang tersisa dari setiap Rp 1,- hasil penjualan setelah dikurangi dengan harga pokok penjualan dan biaya usaha lainnya.

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian guna membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan sumber data berasal dari :

#### a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, melalui wawancara langsung dengan pimpinan maupun karyawan perusahaan dan digunakan untuk pembuktian.

#### b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari obyek penelitian dengan melalui laporan atau catatan yang ada, sehingga peneliti tinggal memanfaatkan data tersebut.

### 4. Teknik Pengumpulan Data Primer

Untuk memperoleh data digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

- a. *Personal interview*, yaitu mengadakan wawancara secara langsung dengan pimpinan atau karyawan perusahaan yang berwenang dan berhubungan dengan masalah yang dibahas.
- b. *Observation*, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap subyek penelitian, dalam hal ini KPRI Ikhlas dan mencatat semua data yang diperlukan.

## 5. Teknik Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data kuantitatif, yaitu analisis data dengan cara mengolah data berupa angka-angka yang diambil dari Neraca dan Laporan Rugi / Laba tahun 1998- 2002. Untuk kemudian dianalisis dengan alat bantu sebagai berikut :

### a. Analisis Perputaran Piutang :

$$\text{Analisis Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang Rata - Rata}}$$

$$\text{keterangan, Piutang Rata - Rata} = \frac{(\text{Piutang Awal} + \text{Piutang Akhir})}{2}$$

### b. Analisis Hari Rata- Rata Pengumpulan Piutang :

$$\text{Hari Rata - Rata Pengumpulan Piutang} = \frac{360 \text{ hari}}{\text{Perputaran Piutang}}$$

### c. Analisis Ratio dari Laba Usaha Terhadap Hasil Penjualan :

$$\text{Ratio Laba Usaha Terhadap Hasil Penjualan} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

### d. Ratio-Ratio Gerakan atau Trends Ratios atau Analisis Trend

Ratio dari jumlah-jumlah yang terdapat dalam pos dari suatu daftar keuangan dalam suatu rangkaian daftar-daftar terhadap jumlahnya yang terdapat dalam salah satu daftar, yang telah dipilih sebagai dasar, dapat disebut *trend ratios* atau ratio gerakan, oleh karena ratio-ratio itu menerangkan gerakan dari pos itu selama waktu tertentu. Oleh karena ratio-ratio gerakan itu menunjukkan gerakan dari bermacam-macam pos

yang terdapat dalam daftar-daftar keuangan dari tahun ke tahun, maka ratio-ratio itu memberikan suatu analisa yang mendarat dari daftar-daftar perbandingan, sehingga merupakan pelajaran yang dinamis tentang sikap dari pos-pos itu selama waktu tertentu.

- e. Analisis pengaruh penjualan kredit terhadap piutang, penjualan kredit terhadap perputaran piutang, dan penjualan kredit terhadap laba usaha.

Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Setiap regresi pasti ada korelasinya, tetapi korelasi belum tentu dilanjutkan dengan regresi. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Analisis korelasi merupakan alat Bantu yang sangat bermanfaat bagi analisis regresi. Merupakan alat bantu yang digunakan untuk melukiskan bagaimana garis regresi menerangkan seberapa kuat 2 variabel itu berhubungan.

Untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh penjualan kredit terhadap piutang, penjualan kredit terhadap perputaran piutang, dan penjualan kredit terhadap laba usaha serta untuk menerangkan seberapa kuat hubungan penjualan kredit dengan piutang, penjualan kredit dengan perputaran piutang, dan penjualan kredit dengan laba usaha maka digunakan analisis regresi dan korelasi.

Metode korelasi akan membahas keeratan hubungan, dalam hal ini keeratan hubungan antara penjualan kredit dengan piutang, penjualan kredit dengan perputaran piutang, dan penjualan kredit dengan laba usaha. Sedang metode regresi digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam

model tersebut ada sebuah variabel dependen atau tergantung dan variabel independen atau bebas.

1) Analisis Korelasi

- a. Mencari besarnya koefisien korelasi antara penjualan kredit dengan piutang, penjualan kredit dengan perputaran piutang, dan penjualan kredit dengan laba usaha menggunakan Program SPSS.

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka akan dapat diketahui kuat tidaknya hubungan. Sugiyono (1999 : 183) mengemukakan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

1. 0,00 – 0,199 = sangat rendah.
2. 0,20 – 0,399 = rendah.
3. 0,40 – 0,599 = sedang.
4. 0,60 – 0,799 = kuat.
5. 0,80 – 1,00 = sangat kuat.

- b. Mencari arah hubungan antara 2 variabel

Koefisien korelasi dapat juga untuk mengetahui arah hubungan antara 2 variabel. Tanda positif dan negatif yang terdapat pada koefisien korelasi menunjukkan arah hubungan antara 2 variabel.

Tanda positif pada nilai  $r$  (koefisien korelasi) menunjukkan arah hubungan yang positif, artinya jika nilai variabel satu naik, maka nilai variabel yang lain juga naik. Demikian pula sebaliknya.

Tanda negatif pada nilai  $r$  (koefisien korelasi) menunjukkan arah

hubungan yang negatif (berlawanan arah), artinya jika nilai variabel satu naik, maka nilai variabel yang lain akan turun.

Demikian pula sebaliknya.

## 2) Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengukur kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam hal ini penjualan kredit terhadap piutang, perputaran piutang, dan laba bersih dipergunakan analisis regresi. Analisis regresi juga untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen.

a) Dalam penelitian ini dipergunakan analisis regresi linear sederhana dengan persamaan sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

keterangan :

y = variabel dependen.

a = konstanta.

b = koefisien regresi.

x = variabel independen.

b) Uji Signifikansi Regresi atau Uji t

Untuk membuktikan adanya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan uji t. Uji t akan menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen.

**Hipotesis :**

$H_0$  = Koefisien regresi tidak signifikan.

$H$  = Koefisien regresi signifikan.

### **Pengambilan Keputusan**

(1) Dengan membandingkan Statistik Hitung dengan Statistik Tabel

Jika Statistik t Hitung < Statistik t Tabel, maka  $H_0$  diterima.

Jika statistik t Hitung > Statistik t Tabel, maka  $H_0$  ditolak.

(a) Statistik t Hitung

Dari tabel output SPSS akan terlihat besarnya t hitung

(b) Statistik tabel

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5 %

df ( derajat kebebasan ) = jumlah data – 2

Uji dilakukan 2 sisi.

(2) Berdasarkan Probabilitas

Jika probabilitas > 0,05 maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

## BAB II

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengelolaan Piutang Usaha**

Dalam rangka usaha untuk memperbesar volume penjualannya, kebanyakan perusahaan besar menjual produknya dengan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan, dan barulah kemudian pada hari jatuhnya terjadi aliran kas masuk atau *cash inflows* yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut. Pengertian piutang yang didefinisikan menurut pendapat dari beberapa ahli :

1. Piutang adalah jumlah uang dipinjam dari perusahaan oleh pelanggan yang telah membeli barang atau memakai jasa secara kredit.(Van Horne,1995 :258)
2. Piutang adalah salah satu bentuk investasi, sehingga sebagai salah satu bentuk investasi maka piutang dagang: menyerap sejumlah dana modal kerja, mempunyai usia tertentu sesuai dengan waktu keterikatannya, mempengaruhi tingkat resiko perusahaan secara keseluruhan, perlu dimonitor tingkat efisiensi pengelolaannya dari waktu ke waktu.(Gunawan Adisaputro, 1985: 63)



3. Piutang adalah jumlah uang dipinjam dari perusahaan oleh pelanggan yang telah membeli barang atau memakai jasa secara kredit. (Van Horne, 1995: 258)

Piutang dagang sebagai investasi akan memberikan manfaat tertentu bagi perusahaan, di samping menimbulkan berbagai beban biaya.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan melakukan penjualan kredit, antara lain :

1. Merupakan upaya untuk meningkatkan omset penjualan.
2. Dengan meningkatnya volume penjualan maka keuntunganpun diharapkan akan meningkat. Dengan demikian kredit akan mempunyai akibat yang positif dari segi penilaian investasi secara keseluruhan.
3. Dengan adanya hubungan hutang- piutang, maka hubungan dagang antara perusahaan dengan para pembelinya menjadi lebih erat, sehingga kredit menjamin kontinuitas hubungan.

Berbagai jenis beban dan biaya yang timbul karena perusahaan menjual dengan kredit antara lain berupa :

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.

Dengan demikian biaya modal besarnya sama dengan biaya modal sendiri.

Bilamana modal sendiri tidak mencukupi sehingga perusahaan terpaksa menggunakan pinjaman bank, maka akan timbul beban biaya yang eksplisit yaitu dalam bentuk bunga modal pinjaman. Oleh karena itu, piutang sebagai investasi, dibelanjai dengan modal sendiri atau modal dari luar, selalu

menambah beban tetap berujud biaya modal. Dengan adanya piutang dagang kebutuhan modal kerja akan meningkat.

2. Selain beban biaya modal, maka piutang juga menimbulkan jenis biaya lain yaitu biaya administrasi piutang. Biaya administrasi piutang terdiri dari (a) . Biaya organisasi atau unit kerja yang disertai tugas mengelola piutang yaitu gaji dan jaminan sosial lain bagi petugas penagihan dan pengadministrasian piutang. Agar piutang dibukukan secara tertib dan ditagih pada waktunya maka perlu dibentuk petugas khusus yang mengurus hal itu. (b) Biaya penagihan piutang. Piutang agar dibayar pada waktunya, perlu dilakukan usaha khusus untuk menagihnya. Mungkin berupa biaya telfon, surat-menyerat, telegram, ataupun biaya perjalanan bagi si penagih piutang.
3. Piutang mungkin tidak seluruhnya dapat ditagih, karena debitur lari ataupun bangkrut. Dapat saja timbul piutang macet atau tak tertagih sama sekali, sehingga mengakibatkan adanya piutang tak tertagih (Bad Debts) sehingga perlu dibentuk cadangan piutang ragu- ragu yang dibentuk lewat penyisihan sebagian dari keuntungan penjualan. Pembentukan cadangan inilah merupakan salah satu bentuk biaya piutang. (Gunawan Adisaputro, 1985 :63)

Manajemen piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya dengan kredit. Manajemen piutang terutama menyangkut masalah pengendalian jumlah piutang, pengendalian pemberian dan pengumpulan piutang,, dan evaluasi terhadap politik kredit yang dijalankan oleh perusahaan.

Jumlah piutang usaha ditentukan oleh dua faktor : yaitu volume penjualan kredit dan jangka waktu rata- rata di antara penjualan dan penagihan.

J. Fred Weston Eugene dan F Brigham (1993: 297-298) mengemukakan bahwa pada umumnya, setelah operasi perusahaan stabil akan timbul situasi sebagai berikut: Piutang usaha = Penjualan kredit per hari x jangka waktu penagihan.

J. Fred Weston Eugene dan F. Brigham (1993:297-298) mengartikan jangka waktu penagihan (day sales outstanding=DSO) sebagai “rasio yang dihitung dengan membagi piutang usaha dengan penjualan rata-rata per hari, hal itu menunjukkan berapa lama rata-rata jangka waktu penerimaan hasil penjualan sejak penjualan terlaksana”. Jika dirumuskan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{DSO (jangka waktu penagihan)} &= \frac{\text{piutang}}{\text{penjualan rata - rata per hari}} \\ &= \frac{\text{Piutang} \times 360}{\text{Penjualan tahunan}} \end{aligned}$$

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang dapatlah disebutkan sebagai berikut (Bambang Riyanto, 1995: 85) :

#### 1. Volume penjualan kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besarnya jumlah piutang berarti makin besarnya risiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar “profitability”.

#### 2. Syarat pembayaran penjualan kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Makin panjang batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.

### 3. Ketentuan tentang pembatasan kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Makin selektif para langganan yang dapat diberi kredit akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang.

### 4. Kebijakan dalam mengumpulkan piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang aka mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif. Perusahaan yang disebutkan terdahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang disebutkan kemudian. Karena piutang dapat memberikan tambahan keuntungan tetapi juga dapat mengakibatkan timbulnya kerugian, maka perlu dibuat suatu kebijakan yang jelas yang mengatur tentang masalah itu.

Kebijakan Manajemen piutang:

#### a. Standar Kredit

Standar kredit adalah salah satu kriteria yang dipakai perusahaan untuk menyeleksi para langganan yang akan diberi kredit dan berapa jumlah yang harus diberikan. Hal ini menyangkut kebiasaan langganan dalam membayar kembali, kemungkinan langganan tidak membayar kredit yang diberikan, dan rata-rata jangka waktu pembayaran para langganan. Jangka

waktu pengumpulan piutang adalah jangka waktu dari saat terjadinya piutang sampai dengan pembayaran kembali piutang tersebut. Semakin lama jangka waktu pengumpulan piutang berarti semakin besar investasi pada piutang dan biaya yang timbul juga semakin besar.

b. Persyaratan Kredit.

Persyaratan kredit adalah merupakan kondisi yang disyaratkan untuk pembayaran kembali piutang dari para langganan. Kondisi tersebut meliputi lama waktu pemberian kredit dan potongan tunai (*cash discount*) serta persyaratan khusus lainnya seperti seasonal dating. Persyaratan kredit ini juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan dengan demikian perusahaan perlu mempertimbangkan apakah sebaiknya memperpanjang periode pemberian kredit atau tidak.

c. Kebijakan Kredit dan Pengumpulan Piutang.

Kita mengetahui bahwa kebijakan kredit dan pengumpulan piutang mencakup beberapa keputusan: (a) kualitas account accepted, (b) periode kredit, (c) potongan tunai, (d) persyaratan khusus, dan (e) tingkat pengeluaran untuk pengumpulan piutang.

Usaha pengumpulan piutang dapat dilakukan dengan cara pengiriman surat, telepon, melalui agen, atau cara lain seperti penundaan pengiriman baru sampai pembayaran piutang sebelumnya. Usaha pengumpulan piutang yang terlalu agresif juga harus dihindarkan karena akan mengurangi penjualan di masa mendatang dan keuntungan, langganan akan berpindah ke pesaing perusahaan yang lebih mudah. Pada saat perusahaan akan menentukan usaha yang mana yang akan dijalankan juga harus memperhatikan dana yang tersedia untuk pengumpulan piutang itu.

d. Evaluasi Terhadap Para Langganan.

Perusahaan yang telah menjalankan kebijakan kredit dan pengumpulan piutang, dapat melakukan evaluasi calon langganan yang baru dengan

mendasarkan diri pada cara- cara yang telah digunakan. Secara umum terdapat beberapa langkah dalam evaluasi calon langganan:

- 1) Mengumpulkan informasi yang relevan tentang calon pelanggan.
- 2) Menganalisis kondisi calon atas dasar informasi yang diperolehnya.
- 3) Mengambil keputusan apakah calon langganan akan diberikan kredit atau tidak, dan berapa jumlahnya.

e. Mengumpulkan dan Menganalisis Informasi.

Informasi yang diperlukan dalam kaitan dengan pemberian kredit, seperti laporan keuangan. Laporan keuangan dapat dipergunakan untuk mengevaluasi prestasi calon di masa yang lampau dan prospeknya di masa mendatang. Untuk memberikan kredit biasanya cara yang paling mudah dan ini sering dilakukan oleh bank adalah dengan syarat the five Cs of Credit.

The five Cs of Credit adalah sebagai berikut :

- 1) *Character* dalam hal ini adalah karakter calon pelanggan itu sendiri, kebiasaan pembayaran di masa lampau.
- 2) *Capacity* menunjukkan langganan untuk mengembalikan utangnya, yang ditunjukkan dengan keuntungan yang diperoleh.
- 3) *Capital*, yang ditunjukkan dengan jaminan yang diberikan, biasanya dapat dilihat dari neraca perusahaan.
- 4) *Collateral* menunjukkan adanya hubungan dengan usaha lain.
- 5) *Conditions*, menunjukkan kondisi perekonomian secara umum.

(R. Agus Sartono, 1999).

## **B. Efisiensi Piutang**

Piutang dimaksudkan untuk memperbesar volume penjualan dengan sistem penjualan kredit. Akan tetapi dengan penjualan secara kredit akan mempunyai

resiko. Resiko di sini adalah dengan penjualan secara kredit akan banyak modal kerja yang ditanamkan dalam perusahaan, sehingga apabila pengaturannya tidak hati-hati dan teliti akan menyebabkan dana hilang atau tidak terbayar karena adanya pelanggan yang tidak memenuhi kewajibannya. Oleh karena itu diperlukan adanya manajemen piutang secara benar, supaya pengumpulan piutang dapat efisien. Tingkat efisien dapat diukur dengan membandingkan antara masukan yang dipergunakan dengan keluaran yang dihasilkan. Semakin besar keluaran yang dihasilkan oleh suatu unit masukan, semakin tinggi pula tingkat efisiensinya. Apabila efisiensi dikaitkan dengan pengumpulan piutang, maka piutang merupakan masukan dari modal kerja, sehingga pengelolaan piutang secara baik dan benar sangat diharapkan oleh perusahaan. Efisiensi pengumpulan piutang dalam hal ini berarti pengumpulan modal yang diinvestasikan atau ditanamkan kepada pelanggan sudah terkumpul dengan benar, yaitu sesuai dengan jangka waktu kredit yang telah ditentukan. Penilaian efisien atau tidaknya pengumpulan piutang yang nantinya akan menjadi dasar penilaian kondisi keuangan perusahaan memerlukan suatu alat ukur beserta indikatornya.

Rasio aktivitas dikenal juga sebagai rasio efisiensi atau rasio pertukaran, mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan sumber-sumber daya sebagaimana digariskan oleh kebijaksanaan perusahaan. Rasio-rasio ini menyangkut perbandingan antara penjualan bersih dengan berbagai investasi dalam aktiva-aktiva. Rasio-rasio aktivitas ini menganggap bahwa suatu perbandingan yang “layak” haruslah ada, antara penjualan dan berbagai aktiva

tersebut, seperti persediaan, piutang, aktiva tetap dan lainnya (Suad Husnan, 1985: 210).

Posisi piutang perusahaan dapat dinilai dengan menghitung tingkat perputaran piutang (receivables turnover), dan rata-rata lamanya waktu pengumpulan piutang yang dapat ditentukan dengan membagi 360 hari (1 tahun dihitung 360 hari) dengan tingkat perputaran piutang. Tingkat perputaran piutang sendiri dapat dihitung dengan membagi nilai penjualan kredit netto dengan piutang rata-rata atau nilai piutang akhir. Perputaran piutang yang semakin tinggi adalah semakin baik karena berarti modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk piutang akan semakin rendah.

Tingkat perputaran piutang yang relatif rendah, kemungkinan terjadi karena; terlalu besarnya kredit yang diberikan kepada langganan, kesulitan membayar dari sebagian besar langganan, tidak efektifnya aktivitas pengumpulan piutang. Sedangkan tingkat perputaran piutang yang terlalu tinggi, mungkin disebabkan oleh; ketatnya credit policy atau ketidakmampuan perusahaan untuk memberikan kelonggaran-kelonggaran kepada langganan sehingga penjualannya relatif kecil. (Harnanto, 1988 : 375)

Naik-turunnya perputaran piutang ini akan dipengaruhi oleh hubungan perubahan penjualan dengan perubahan piutang. Salah satu dari lima kemungkinan perubahan-perubahan dalam hasil penjualan dan piutang-piutang mungkin telah terjadi, yang menyebabkan turunnya ratio penjualan terhadap piutang-piutang.:

1. Turunnya hasil penjualan dan naiknya piutang-piutang.



2. Naiknya penjualan maupun piutang-piutang, akan tetapi naiknya piutang-piutang pada tingkat yang lebih tinggi daripada naiknya penjualan.
3. Turunnya penjualan maupun piutang-piutang akan tetapi turunnya penjualan pada tingkat yang lebih tinggi daripada turunnya piutang-piutang.
4. Tidak ada perubahan dalam penjualan, akan tetapi kenaikan dalam piutang-piutang.
5. Tidak ada perubahan dalam piutang, akan tetapi penurunan dalam penjualan.

Dari kemungkinan-kemungkinan ini 4 dan 5 dapat diabaikan oleh karena hampir tidak mungkin bahwa dalam suatu perusahaan, baik hasil penjualan maupun piutang-piutang akan identik dalam 2 daftar yang berturut-turut.

Aktivitas Piutang yang dikemukakan oleh Bambang Riyanto (1995: 334):

1. Analisis Perputaran Piutang atau Receivable Turnover.

Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Tingkat perputaran piutang atau receivable turnover dapat diketahui dengan membagi jumlah kredit sales selama periode tertentu dengan jumlah rata-rata piutang average receivables. Rasio ini menginformasikan berapa kali piutang diputar atau dirubah menjadi kas dalam setahun. Semakin tinggi perputaran, semakin singkat waktu antara antara penjualan dan penagihan kas. Jika angka penjualan kredit untuk periode tersebut tidak tersedia, maka harus digunakan angka penjualan total. Jika penjualan bersifat musiman atau telah berkembang dengan pesat sepanjang tahun, penggunaan saldo piutang akhir tahun mungkin tidak tepat. Dalam penjualan musiman rata-rata saldo akhir bulanan merupakan angka yang paling tepat untuk digunakan. Dengan pertumbuhan,

saldo piutang pada akhir tahun tidak akan memberikan perhitungan yang tepat dalam hubungannya dengan penjualan. Akibatnya perhitungan perputaran piutang menjadi bias dan terjadi perputaran piutang yang lebih rendah. Dalam hal ini, rata-rata piutang pada awal dan akhir tahun tepat digunakan jika pertumbuhan penjualan bersifat konstan sepanjang tahun. Meskipun tingkat perputaran rata-rata piutang memberikan gambaran tentang tingkat kecepatan waktu pengumpulan piutang dan sangat bermanfaat untuk diperbandingkan, tetapi tidak dapat secara langsung diperbandingkan dengan syarat-syarat pembayaran yang normal seperti ditetapkan oleh perusahaan. Cara terbaik untuk memperbandingkan dengan syarat-syarat pembayaran atau jangka waktu kredit yang ditetapkan adalah mengkonversikan tingkat perputaran piutang ke dalam rata-rata hasil penjualan per hari yang melekat pada piutang dagang, atau sering kali disebut rata-rata jangka waktu pengumpulan piutang.

Rumus Perputaran Piutang :

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang Rata - Rata}}$$

keterangan :

$$\text{Piutang Rata-Rata} = \frac{\text{Piutang Awal Tahun} + \text{Piutang Akhir Tahun}}{2}$$

## 2. Analisis Hari Rata- rata Pengumpulan Piutang atau Average Collection Periode

Kebutuhan modal kerja juga tergantung pada periode waktu yang diperlukan untuk mengubah piutang menjadi uang kas. Bila piutang terkumpul dalam waktu pendek berarti kebutuhan akan modal kerja menjadi semakin rendah

atau kecil. Hari rata-rata pengumpulan piutang pada umumnya dinyatakan dalam jumlah hari karena syarat pembayaran yang ditetapkan di dalam transaksi penjualan kredit juga dinyatakan dalam hari sebagai satuan waktunya. Periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata pengumpulan piutang dapat dihitung dengan membagi tahun dalam hari dengan turnovernya. Hari rata-rata pengumpulan piutang (average collection period) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut : (1 tahun = 360 hari).

Rumus Hari Rata-Rata Pengumpulan Piutang :

$$\text{Hari Rata-Rata Pengumpulan Piutang} = \frac{360 \text{ Hari}}{\text{Perputaran Piutang}}$$

Perbandingan antara jangka waktu pengumpulan piutang tersebut dengan syarat-syarat pembayaran yang ditetapkan di dalam transaksi penjualannya, memberikan informasi dan merupakan indikator tentang keberhasilan dan kegagalan dari aktivitas pengumpulan piutang. Jika ternyata jangka waktu pengumpulan piutang melampaui batas waktu maksimum yang ditetapkan, maka kegagalan di dalam aktivitas pengumpulan piutang tersebut mungkin disebabkan oleh salah satu dari berbagai faktor berikut :

- a. Kurang efektifnya usaha pengumpulan piutang.
- b. Syarat pembayaran tidak memberikan kesempatan dan tidak menarik, sehingga para langganan tidak tertarik untuk memanfaatkan adanya potongan yang ditawarkan, walaupun usaha pengumpulan piutang telah dilaksanakan sebagaimana mestinya.
- c. Para langganan mengalami kesulitan finansial.

Dalam hal kemungkinan pertama yang terbukti, maka kemampuan manajemen dalam hal ini sangat mengkhawatirkan. Sedang apabila dua kemungkinan yang terakhir itu terbukti, maka berarti unsur likuiditas dan kolektibilitas piutang harus diragukan. Sudah barang tentu unsur likuiditas dan kolektibilitas piutang yang dipakai sebagai perhitungan jangka waktu pengumpulan piutang kemungkinan tidak menggambarkan keseluruhan piutang. Dengan data rata-rata itu tidak menutup kemungkinan misalnya, adanya satu atau dua orang debitur yang menunggak, sedang sebagian besar lainnya ternyata senantiasa membayar tepat pada waktunya.

Untuk mengetahui apakah gejala demikian itu ada pada sebagian besar piutang atau hanya terbatas pada satu, dua orang debitur, tidak begitu sulit bagi manajemen dan pihak intern khususnya.

Melalui analisis umur piutang misalnya, dapat diketahui komposisi piutang dan debitur-debitur mana yang menunggak, masing-masing disertai jumlah dan jangka waktu atau kelompok umur. Melalui analisa umur piutang, oleh sebab itu akan diperoleh informasi yang lebih lengkap dan terpercaya tentang aspek likuiditas dan kolektibilitas piutang.

Penilaian kolektibilitas piutang tidak bisa dilakukan tanpa memperhatikan omzet atau hasil penjualan kreditnya. Tetapi sudah barang tentu kolektibilitas piutang juga tidak terlepas dari syarat-syarat pembayaran yang ditetapkan di dalam transaksi penjualannya. Menurut pengalaman piutang yang tidak tertagih, pada umumnya dimulai dari menunggak 1 hari, 1 minggu, 1 bulan, dan seterusnya dan pada akhirnya debitur yang bersangkutan menyatakan tidak mampu membayar. Dengan demikian jelas, adanya piutang yang menunggak merupakan suatu indikator tentang kolektibilitas piutang yang relatif kecil dibandingkan dengan piutang-piutang yang tidak menunggak.

Namun demikian, hendaknya dipahami juga bahwa kemungkinan perusahaan justru memilih debitur-debitur yang mempunyai kebiasaan membayar terlambat dengan pertimbangan penjualan kepada debitur itu menghasilkan laba relatif lebih besar. Dengan lain perkataan adanya sebagian dana yang tertanam pada piutang dalam jangka waktu relatif lama itu, dapat dikompensir oleh sejumlah laba yang dihasilkan. Dalam situasi demikian itu, maka perhatian harus lebih diarahkan kepada aspek kolektibilitas daripada aspek likuiditas piutang.

Di dalam prakteknya pertimbangan profitabilitas di dalam policy pemberian kredit kepada para langganan demikian itu, ditempuh oleh perusahaan dalam situasi di mana :

- a. Menyangkut pemasaran untuk produk-produk baru.
- b. Meningkatkan penjualan untuk memanfaatkan kapasitas yang menganggur.
- c. Menghadapi persaingan yang bersifat spesifik.

Oleh karena itu di dalam menginterpretasikan jangka waktu pengumpulan piutang, seharusnya dipertimbangkan pula saling hubungan antara piutang dan hasil penjualan kredit serta tingkat laba yang dihasilkan. Trend dari jangka waktu pengumpulan piutang senantiasa penting, di dalam menilai aspek kolektibilitas dan likuiditas piutang.

### **C. Analisa Laba**

Analisa terhadap laba dan berbagai unsur yang membentuk laba merupakan aspek yang penting, karena kelangsungan hidup dan sukses suatu perusahaan itu sangat tergantung pada kemampuannya untuk menghasilkan laba. Arti pentingnya suatu perubahan di dalam aktivitas penjualan terhadap laba, hanya dapat ditentukan melalui identifikasi pengaruh perubahan penjualan kepada harga pokok penjualan dan biaya usahanya.

Analisa terhadap laba atau hasil usaha, menyangkut analisa terhadap unsur pokok yang membentuk laba seperti : hasil penjualan, harga pokok, penjualan, laba kotor, biaya usaha, dan laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan

tersebut. Analisa terhadap hasil penjualan, harus memperhatikan adanya pengurang hasil penjualan seperti misalnya : retur penjualan, potongan penjualan. Ratio antara pengurang hasil penjualan dengan hasil penjualannya, merupakan indikator untuk mengukur tentang (a) sampai seberapa jauh barang- barang yang dijual itu dapat memuaskan para langganan, (b) in efisiensi para karyawan di dalam usahanya untuk memenuhi dan melayani (pesanan) para langganan (c) tinggi rendahnya mutu atau kualitas barang dan (d) kombinasi dari ketiga hal tersebut di atas.

Ratio pengurang hasil penjualan yang relatif tinggi berarti, adanya bagian yang cukup besar dari hasil penjualan tidak dapat dimanfaatkan untuk membentuk laba. Tetapi interpretasi terhadap ratio pengurang hasil penjualan yang relatif tinggi, tergantung pada komposisi dari kedua elemen pengurang hasil penjualan itu sendiri, yaitu :

1. Retur penjualan.

Retur penjualan timbul sebagai akibat kualitas barang, keadaan fisik barang yang tidak memenuhi syarat sehingga ditolak oleh langganan dan ketidak telitian karyawan di dalam memproses pesanan dari langganan. Pada dasarnya retur penjualan merupakan unsur pengurang hasil penjualan yang tidak diharapkan. Namun hal ini tidak berarti bahwa retur penjualan tidak terkendali bagi manajemen.

2. Potongan penjualan

Tidak seperti halnya retur penjualan, potongan penjualan merupakan pengurang hasil penjualan yang direncanakan. Timbul karena unsur

kesengajaan dari manajemen sebagai suatu kebijakan yang secara spesifik mempunyai dua macam tujuan sebagai berikut :

- a. Menaikkan volume hasil penjualan, jika potongan penjualan itu ditawarkan dalam kaitannya dengan kuantitas atau volume pembelian oleh langganan disebut rabat atau trade discount.
- b. Merangsang untuk mempercepat realisasi pengumpulan piutang (dagang) atau sebagai motivasi yang diberikan kepada langganan agar mereka segera membayar hutang-hutangnya dengan cara memberikan sejumlah potongan disebut potongan tunai atau cash discount.

Oleh karena itu fokus perhatian di dalam analisa terhadap unsur pengurang hasil penjualan dapat dibedakan sebagai berikut :

- a. Terhadap retur penjualan perhatian analisis harus diarahkan kepada efektivitas pengawasan manajemen.
- b. Terhadap potongan penjualan baik yang timbul dari trade discount maupun cash discount, perhatian harus diarahkan kepada efektivitas kebijaksanaan manajemen, baik di dalam usahanya meningkatkan volume penjualan maupun pengumpulan piutangnya.

Selisih dari hasil penjualan netto di atas harga pokok penjualannya merupakan unsur yang teramat penting karena merupakan laba kotor dari penjualan tersebut. Laba kotor penjualan harus cukup untuk menutup biaya usaha dan membentuk laba bersih yang layak dalam perbandingannya dengan hasil penjualan maupun jumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan.

(Harnanto, 1987 : 389)

Terdapat saling hubungan atau korelasi yang penting antara biaya usaha dan volume penjualan. Analisa terhadap setiap jenis biaya usaha dalam hubungannya dengan volume penjualan, akan memberikan gambaran tentang kemampuan manajemen di dalam mengendalikan biaya-biaya tersebut sejalan dengan perubahan volume dan hasil penjualannya. Ratio dari tiap-tiap jenis biaya usaha terhadap hasil penjualan, menunjukkan jumlah relatif hasil penjualan itu yang telah dikonsumsi sebagai biaya bagi perusahaan. (Harnanto, 1987 : 412-413)

Laba usaha merupakan unsur penting yang terdapat di dalam laporan perhitungan rugi-laba, karena menunjukkan dan merupakan indikator tentang profitabilitas dari usaha pokok perusahaan. Laba usaha dipandang sebagai indikator mengenai profitabilitas dari kegiatan-kegiatan pokok di dalam perusahaan yang meliputi : kegiatan pembelian, produksi, dan penjualan. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan dalam laba usaha perusahaan dari tahun ke tahun. Setiap perubahan di dalam hasil penjualan, harga pokok penjualan, dan biaya usaha (biaya administrasi, umum, dan pemasaran); hampir dapat dipastikan akan dapat berakibat perubahan pada laba usaha. Laba usaha merupakan hasil penjualan dikurangi dengan seluruh biaya operasi termasuk harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan dan sebagian dari biaya usaha yang bersifat variabel mempunyai saling hubungan yang erat dengan hasil penjualannya. Oleh karena itu dengan sendirinya laba usaha juga mempunyai korelasi terhadap hasil penjualan.



Ratio atau prosentase laba usaha dari hasil penjualan, menunjukkan bagian yang tersisa dari setiap Rp 1,00 hasil penjualan setelah dikurangi oleh harga pokok penjualan dan biaya usaha lainnya. Untuk membuktikan dan mengetahui sampai seberapa jauh kenaikan biaya usaha tersebut dalam hubungannya dengan hasil penjualan dan pada biaya apa saja kenaikan itu terjadi, serta untuk dapat menentukan apakah kenaikan biaya itu kiranya masih bisa ditolerir, pihak siapa yang harus bertanggung jawab, dapat dilakukan analisa perbandingan ratio dan trend dari tiap-tiap elemen yang membentuk laba usaha dalam hubungannya dengan hasil penjualan.

Kemampuan untuk menghasilkan laba dari suatu perusahaan tidak cukup diukur hanya berdasar profitabilitas dari hasil penjualannya, tetapi juga rentabilitas dari investasi atau modalnya. Kedua indikator tentang kemampuan untuk menghasilkan laba itu bersifat komplementer saling melengkapi satu sama lain.

Dalam kaitannya dengan hasil penjualannya, laba usaha mungkin dapat dianggap cukup memadai. Akan tetapi hasil penjualan yang dipakai sebagai indikator tentang aktivitas atau luas operasi perusahaan tidak cukup memadai dilihat dari sudut jumlah investasi atau modal yang ditanamkan untuk merealisasikan hasil penjualan tersebut. Ratio laba usaha dari hasil penjualannya, harus dikaitkan pula dalam hubungannya dengan tingkat perputaran persediaan, piutang, aktiva lancar dan atau modal kerja. Tingkat perputaran piutang dan persediaan yang cepat, mungkin disebabkan oleh adanya penurunan harga jual dan relatif tingginya potongan penjualan.

Apabila situasi demikian terbukti ada, maka penurunan hasil penjualan yang tidak diikuti oleh penurunan tingkat biaya usaha akan berakibat rendahnya tingkat ratio laba usaha.

Tetapi penurunan laba usaha dapat disebabkan hanya oleh karena terjadinya kenaikan dalam biaya usahanya. Rendahnya ratio laba usaha dari hasil penjualannya, menunjukkan kurang adanya kemampuan perusahaan untuk menghadapi perubahan harga jual yang tidak sebanding dengan perubahan di dalam biayanya; karena kemungkinan akan dideritanya suatu kerugian. (Harnanto, 1987:419-422)

Rasio laba usaha dengan penjualan netto disebut profit margin dihitung dengan membagi laba usaha dengan penjualan netto.

$$\text{Ratio Laba Usaha Terhadap Penjualan Netto} = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\%$$

Persentase tersebut menunjukkan bagian penjualan netto yang masih ada setelah dikurangi dengan Harga Pokok Penjualan dan biaya-biaya usaha.

Ratio tersebut juga berkaitan dengan perputaran persediaan dan piutang yang tinggi dihasilkan karena penjualan yang semakin tinggi pula. Tingginya tingkat penjualan mungkin karena rangsangan berupa harga yang lebih rendah dan pemberian potongan harga pembelian tunai. Bila hal ini tidak diikuti dengan penurunan harga pokok penjualan dan penghematan biaya usaha, laba usaha dapat menurun. Bila laba usaha menurun ratio laba usaha dengan penjualan netto menjadi rendah, sebagai akibat biaya-biaya meningkat relatif lebih besar daripada meningkatnya volume penjualan.

## D. Koperasi

### 1. Pengertian Koperasi

- a. Di Indonesia pengertian Koperasi menurut Undang-Undang Koperasi tahun 1967 No. 12 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian adalah sebagai berikut : “Koperasi Indonesia adalah organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan-badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan”.
- b. Di dalam penjelasan UUD 1945 pasal 33 dengan tegas dinyatakan sebagai berikut: “Dalam pasal 33 tercantum dasar demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua di bawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan, bukan kemakmuran orang-seorang. Sebab itu perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas usaha kekeluargaan. Bangun usaha yang sesuai dengan itu ialah koperasi. Jadi kehadiran dan peranan Koperasi Indonesia di dalam perekonomian nasional kita mempunyai dasar konstitusional yang kuat, yakni UUD 1945 pasal 33 serta penjelasannya.
- c. Kata koperasi berasal dari kata bahasa Latin cooperatio yang berarti kerja sama atau bekerja sama. Di dalam koperasi memang kita dapati orang-orang bekerja sama dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan. Dan hal

ini sesuai dengan asas Koperasi Indonesia yaitu kekeluargaan dan kegotong-royongan.

- d. Di dalam ilmu ekonomi arti atau batasan atau definisi koperasi ialah suatu perkumpulan yang memungkinkan beberapa orang dan atau badan hukum dengan jalan bekerja sama atas dasar sukarela menyelenggarakan sesuatu pekerjaan untuk memperbaiki kehidupan anggota-anggotanya. Misalnya bersama-sama menyelenggarakan produksi atau koperasi produksi, bersama-sama menyelenggarakan pembelian atau koperasi pembelian, bersama-sama menyelenggarakan penjualan atau koperasi penjualan, bersama-sama menyelenggarakan perkreditan atau koperasi kredit, dan sebagainya.
- e. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.
- f. Koperasi adalah suatu usaha yang permanen atau bersifat tetap serta diatur menurut ilmu pengetahuan yang modern. Di dalam koperasi orang-orang bekerja sama di bidang ekonomi secara modern dan maju. Motivasi dan daya penggeraknya dijalankan secara sadar untuk memperbaiki nasib mereka. (Sagimun MD, 1983 : 5)

## 2. Tujuan Koperasi

Tujuan koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang- Undang Dasar 1945.

3. Fungsi dan peran koperasi adalah :
  - a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
  - b. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
  - c. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya.
  - d. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
4. Prinsip koperasi adalah:
  - a. Keanggotaan koperasi bersifat sukarela dan terbuka.
  - b. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi.
  - c. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
  - d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
  - e. Kemandirian.( Sukanto Reksohadiprodjo, 1988: 1-2).
5. Landasan-landasan Koperasi Indonesia :
  - a. Landasan idiil Koperasi Indonesia

Yang dimaksud dengan landasan idiil koperasi adalah dasar atau landasan yang digunakan dalam usaha untuk mencapai cita-cita koperasi. Koperasi sebagai kumpulan sekelompok orang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota. Gerakan koperasi sebagai organisasi ekonomi rakyat yang hak hidupnya dijamin oleh UUD 1945 akan bertujuan untuk mencapai masyarakat adil dan makmur. Jadi tujuannya sama dengan apa yang dicita- citakan oleh seluruh bangsa Indonesia, karena itu landasan idiil Negara Republik Indonesia yaitu Pancasila.
  - b. Landasan Struktural dan Gerak Koperasi Indonesia

Yang dimaksud dengan landasan struktural koperasi adalah tempat berpijak koperasi dalam susunan hidup bermasyarakat. Undang-Undang Dasar 1945 merupakan landasan struktural koperasi, sedangkan pasal 33 ayat 1 merupakan landasan gerak koperasi, artinya : agar ketentuan-ketentuan yang terperinci tentang Koperasi Indonesia harus berlandaskan dan bertitik tolak dari jiwa pasal 33 ayat 1 UUD 1945. Di dalam pasal 33 ayat 1 UUD 1945 ini hanya memuat ketentuan-ketentuan pokok perekonomian, oleh karena itu, maka koperasi masih perlu diatur secara khusus dalam suatu bentuk Undang- Undang Koperasi.

c. Landasan Mental Koperasi Indonesia

Landasan mental koperasi Indonesia adalah setia kawan dan kesadaran berpribadi. Rasa setia telah ada dalam masyarakat Indonesia sejak dulu dan merupakan sifat asli bangsa Indonesia. Sifat ini tercermin dalam bentuk perbuatan dan tingkah laku yang nyata sebagai kegiatan gotong-royong (Pandji Anoraga dan Ninik Widiyanti, 1992 : 8-9).

6. Asas koperasi:

- a. Asas Kekeluargaan, yang mencerminkan adanya kesadaran dari budi hati nurani manusia untuk bekerja sama dalam Koperasi oleh semua untuk semua, di bawah pimpinan pengurus serta penilikan dari para anggota atas dasar keadilan dan kebenaran serta keberanian berkorban bagi kepentingan bersama.
- b. Asas Kegotong-royongan, yang berarti bahwa pada koperasi terdapat keinsyafan dan semangat bekerja sama, rasa bertanggung jawab bersama tanpa memikirkan diri sendiri melainkan selalu untuk kesejahteraan bersama. (Pandji Anoraga dan Ninik Widiyanti, 1992: 18)

7. Jenis-jenis perkumpulan koperasi

Pada permulaanya kita mengenal 3 jenis bentuk koperasi yang didasarkan pada bidang-bidang usahanya, yaitu Koperasi Konsumsi, Koperasi Produksi, dan Koperasi Kredit. Selanjutnya terjadi perkembangan usaha yang juga memerlukan perkembangan struktur organisasi, sehingga penjenisan koperasi seperti di atas terasa kurang tepat dan perlu dikembangkan pula. Sehubungan dengan perkembangan-perkembangan seperti di atas maka untuk mengusahakan pengelompokan yang lebih jelas tentang fungsi-fungsi koperasi menurut jenis dan berbagai bidang usahanya, orang-orang banyak tertarik untuk membagi koperasi sebagai berikut:

- a. Berdasarkan fungsi-fungsi usaha atau kegiatan ekonominya: koperasi dapat dibagi menjadi :
  - 1) Koperasi Konsumsi,
  - 2) Koperasi Produksi,
  - 3) Koperasi Kredit,
  - 4) Koperasi Jasa (Koperasi Angkutan, Pemangkas, dan lain- lain).
- b. Berdasarkan Kelompok Orang-orang yang secara Homogin Mempunyai Kelompok yang Sama, antara lain :
  - 1) Koperasi Pegawai Negeri
  - 2) Koperasi ABRI, PEPABRI,
  - 3) Koperasi Nelayan,
  - 4) Koperasi Petani,
  - 5) Koperasi Pelajar, Mahasiswa,
  - 6) Koperasi Pesantren,

- 7) Koperasi Pramuka, dan lain-lain.
- c. Berdasarkan jenis Barang yang Diolah atau Dijadikan Objek Kegiatan:
- 1) Koperasi Kopra.
  - 2) Koperasi Batik
  - 3) Koperasi Garam Rakyat.
  - 4) Koperasi Tembakau,
  - 5) Koperasi Perikanan, Peternakan.
  - 6) Koperasi Angkutan Taksi,
  - 7) Koperasi Pengolahan Hasil Hutan, dan lain-lain.

Selanjutnya dapat dibedakan pula antara *Single Purpose cooperation* dan *Multy Purpose Cooperation*, masing- masing jelasnya sebagai berikut:

- a. *Single Purpose Cooperation* atau Koperasi Tunggal Usaha yaitu koperasi yang hanya melakukan satu fungsi saja dan menggarap satu jenis barang sebagai objek kegiatannya, misal koperasi produksi yang menggarap hanya hasil-hasil tembakau para anggotanya saja.
- b. *Multy Purpose Cooperation* atau Koperasi Serba Usaha, yaitu badan hukum koperasi yang menjalankan beberapa fungsi, baik sebagai koperasi produksi, koperasi konsumsi, maupun sebagai koperasi kredit. Sebagai contoh dalam hal ini Induk Koperasi Pegawai Negeri (IKPN) :
  - 1) Selaku koperasi konsumsi, berusaha mencukupi kebutuhan para anggota dalam berbagai jenis barang kebutuhan sehari- hari seperti : beras, sabun, bahan pakaian, barang kelontong, ikan asin dan lain-lain.



- 2) Selaku koperasi produksi, menyelenggarakan usaha fabrikase sepeda, terutama untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya akan sepeda;
- 3) Selaku koperasi kredit, menyelenggarakan usaha simpan-pinjam dan usaha pengadaan perumahan bagi para anggota dengan sistem kredit.(Kartasapoetra,1989: 1-4)

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM KPRI IKHLAS SURAKARTA**

##### *A. Sejarah Koperasi*

“KPRI IKHLAS” DEPARTEMEN AGAMA KANTOR KOTA SURAKARTA berdiri pada tanggal 21 Januari 1962 dengan nomor badan hukum 1326/BH/VI.

Sebelum koperasi tersebut berdiri, Kantor Departemen Agama dan bagian pendidikan masing-masing membentuk koperasi sendiri, kedua koperasi tersebut tidak berkembang hingga tidak aktif lagi. Kemudian dua koperasi tersebut digabung menjadi satu dengan nama KPKN INSPENDA KANDEPAG Kota Surakarta dengan nomor badan hukum 1326/BH/VI/12-26 tanggal 21 Januari 1962. Kemudian diselenggarakan rapat anggota khusus penyesuaian dengan UU no. 2 tahun 1967 di PKPN Surakarta pada tanggal 28 September 1968.

Pada tanggal 28 Maret 1995 ada perubahan anggaran dasar koperasi dengan disahkan oleh Departemen Koperasi dan Pembinaan Usaha Kecil Propinsi Jawa Tengah atas nama Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil di Semarang. Dalam anggaran tersebut antara lain terjadi perubahan nama koperasi. Nama koperasi tersebut diganti menjadi KPN IKHLAS dengan badan hukum nomor : 1326/BH/VI/III/95.

KPRI IKHLAS termasuk dalam jenis koperasi serba-serbi karena koperasi dalam usahanya lebih dari satu macam. Koperasi ini merupakan koperasi primer dimana dalam melakukan aktifitasnya pada prinsipnya tidak menyimpang dengan pusat koperasi, dalam hal ini PKPN mengubah nama menjadi KPRI, maka nama KPN IKHLAS diganti menjadi KPRI IKHLAS.

Sebagaimana tertuang dalam UU no. 25 tahun 1992, tujuan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Namun kenyataannya tidak sedikit Koperasi Pegawai Negeri yang belum dapat berbuat banyak dalam mencapai tujuan tersebut, sehingga kesejahteraan pegawai negeri sangat tergantung dari gaji atau pendapatan lain yang diperoleh. Sedangkan gaji pegawai negeri tidak dapat memenuhi kebutuhan yang meliputi papan, sandang, dan pangan. Melihat kondisi seperti ini, maka KPRI IKHLAS selalu berusaha meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin.

Dan yang lebih penting, yaitu bahwa Koperasi Pegawai Republik Indonesia dituntut lebih banyak untuk ikut berperan dalam mengatasi masalah-masalah yang

ada, untuk itu perlu penanganan yang serius pada koperasi tersebut supaya dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.

## **B. Letak Lokasi Koperasi**

**KPRI IKHLAS Kandepag Kota Surakarta lokasinya menjadi satu dengan Kantor Departemen Agama Kota Surakarta, yang beralamat di Jalan Ki Mangun Sarkoro No. 115 Sumber, Kecamatan Banjarsari Surakarta. Untuk peningkatan usaha pertokoan, pada tahun 1998 telah dibangun toko di depan Kantor Departemen Agama Kota Surakarta. Dan kemudian menyusul usaha wartel dan foto copy yang terletak bersebelahan dengan toko tersebut tepatnya di sebelah timur toko.**

## **C. Kegiatan Koperasi**

KPRI IKHLAS Kandepag Kota Surakarta adalah koperasi yang bidang usahanya meliputi berbagai macam bidang usaha. Adapun bidang usaha dan pemasaran yang dilakukan KPRI IKHLAS Kandepag kota Surakarta adalah :

### **1. Pertokoan**

Dalam bidang ini koperasi melakukan usaha penjualan barang-barang dagangan, di mana barang-barang toko telah diusahakan semakin lengkap dan disesuaikan dengan kebutuhan anggota, bahkan sekarang ada perlengkapan sepeda motor (ban, oli, dsb). Namun belum semua anggota ikut berpartisipasi aktif. Toko tersebut dibangun di depan kantor koperasi dengan penataan yang rapi dan menarik, sehingga diharapkan dapat menarik minat pembeli. Pembeli

tidak hanya mereka yang menjadi anggota koperasi, mereka yang bukan anggotapun dapat membeli di toko koperasi tersebut. Pembelian dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Untuk pembelian secara kredit hanya dapat dilakukan oleh anggota koperasi, sedangkan untuk pembelian tunai dapat dilakukan oleh anggota maupun bukan anggota koperasi.

#### 2. Kredit Usaha Uang (Unit Simpan Pinjam)

Usaha dalam bidang ini masih merupakan usaha pokok dan paling diminati oleh anggota. Jumlah peminjam maupun besarnya pinjaman semakin meningkat, apalagi menjelang tahun ajaran baru dan Hari Raya.

#### 3. Usaha wartel dan foto copy

Usaha wartel dan foto copy terletak di depan kantor koperasi bersebelahan dengan toko tepatnya di sebelah timur toko. Wartel tersebut memiliki 1 KBU, sedangkan untuk usaha foto copy dilengkapi dengan 2 buah mesin foto copy. Usaha ini kelihatannya memiliki prospek yang cerah dan menguntungkan, terutama usaha foto copy. Tetapi usaha ini belum bisa buka secara optimal karena keterbatasan petugas.

#### 4. Pelayanan Kredit Barang atau Elektro

Pelayanan kredit barang atau elektro lewat kerjasama dengan Toko SHM menjual barang elektro, Sinar Harapan menjual sepeda ataupun Muslim menjual karpet dan mebel. Mulai Februari 2002 dibuka kredit sepeda motor bagi anggota yang mempunyai kemampuan mengangsur. Untuk mendapatkan kredit elektro ini, anggota mendapatkan DO dari KPRI, kemudian anggota yang bersangkutan dengan DO tersebut memperoleh barang yang diinginkan

di toko yang telah ditunjuk. Dengan adanya usaha perkreditan selain mendapatkan jasa, KPRI IKHLAS juga telah membantu anggota memiliki barang-barang elektronika seperti TV, radio, tape, VCD player, dsb dengan mudah dan murah.

#### 5. Penjualan Voucher.

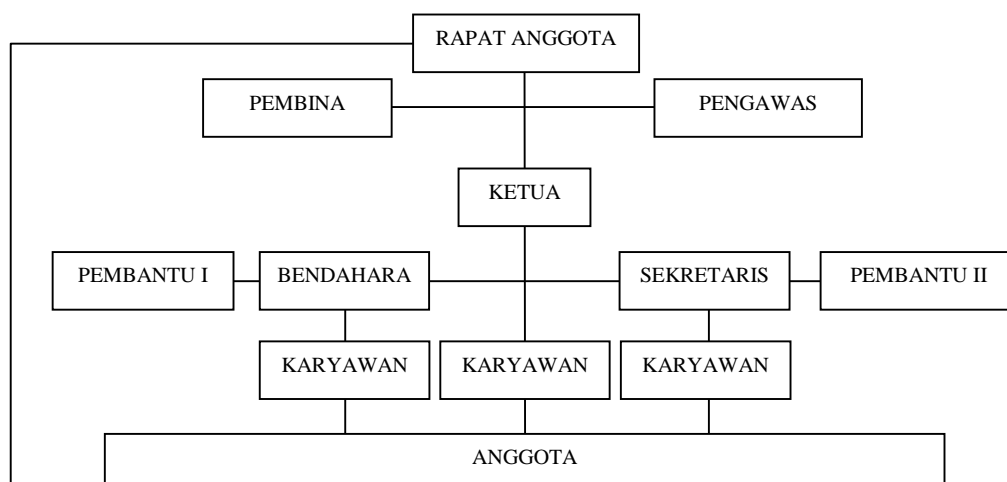
Penjualan voucher merupakan pengembangan usaha yang baru.

### D. Tujuan Koperasi

Sebagaimana tertuang dalam UU no. 25 tahun 1992 tujuan, koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota demikian juga dengan KPRI IKHLAS yang selalu berusaha meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Namun kenyataannya pada koperasi pegawai negeri belum dapat berbuat banyak dalam mencapai tujuan tersebut, sehingga kesejahteraan pegawai negeri tidak dapat memenuhi kebutuhan yang meliputi papan, pangan, dan sandang. Dalam koperasi ini dituntut lebih banyak untuk ikut berperan dalam mengatasi masalah-masalah yang ada. Untuk itu perlu penanganan yang serius pada koperasi tersebut supaya dapat mencapai tujuan tersebut.

### *Organisasi dan Administrasi*

#### 1. Struktur Organisasi



### Gambar 3.1 Struktur Organisasi KPRI Ikhlas

#### 2. Anggota

Manfaat koperasi bagi pegawai negeri sangat dirasakan oleh para anggota, sehingga pegawai baru yang ada pada Kantor Departemen Agama Kota Surakarta tanpa didorong, dengan kesadaran yang tinggi masuk menjadi anggota koperasi.

Jumlah anggota KPRI IKHLAS mengalami perubahan dari waktu ke waktu yang disebabkan ada anggota baru yang masuk dan ada anggota yang keluar karena pensiun, meninggal, pindah.

Jumlah anggota KPRI IKHLAS selama lima tahun terakhir adalah sebagai berikut :

TABEL III.1

#### JUMLAH ANGGOTA KPRI IKHLAS TAHUN 1998- 2002

Tahun	Laki- laki	Perempuan	Total
1998	251	141	392
1999	219	130	349
2000	205	124	329
2001	195	122	317
2002	170	119	289

Sumber : data KPRI Ikhlas.

#### a. Keadaan Anggota

Dalam tahun 2002 terjadi perubahan anggota sebagai berikut :

- 1) Anggota yang keluar berjumlah 31 orang.
- 2) Anggota yang masuk berjumlah 3 orang.

Sehingga sampai tanggal 31 Desember 2002, anggota KPRI IKHLAS adalah :

Laki- laki = 170 orang

Perempuan = 119 orang

Jumlah = 289 orang

b. Rapat Anggota

KPRI IKHLAS menyelenggarakan rapat anggota, yaitu rapat anggota perencanaan dan rapat anggota tahunan.

1) Rapat Anggota Perencanaan

Rapat Anggota Perencanaan adalah suatu rapat yang membahas tentang rencana kerja dan RAPB atau Rencana Anggaran Pendapatan Belanja yaitu merupakan program kerja yang akan dilaksanakan tahun yang akan datang merencanakan berapa pendapatan, pengeluaran pada periode mendatang anggota menghadiri rapat merupakan perwakilan dari seluruh rakyat.

2) Rapat Anggota Tahunan

Rapat Anggota Tahunan yaitu rapat yang diselenggarakan setiap tahun dimana yang diundang untuk mengikuti rapat adalah semua anggota,

keputusan yang diambil dalam rapat tersebut berdasarkan atas musyawarah mufakat. Apabila tidak diperoleh keputusan maka dilakukan dengan berdasarkan suara terbanyak. Dalam rapat ini pengawas dan pengurus menyampaikan laporan pertanggung jawaban mengenai tugasnya selama masa jabatannya.

Rapat anggota menetapkan :

- a) Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi.
- b) Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi.
- c) Pemilihan, pengangkatan dan pemberhentian pengurus dan pengawas.
- d) Pembagian SHU.
- e) Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta pengesahan laporan keuangan.
- f) Pengesahan pertanggungjawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.

### 3. Pengurus

#### a. Susunan Pengurus

Susunan pengurus KPRI IKHLAS periode tahun 2003-2005 adalah sebagai berikut :

- 1) Ketua : H. Ali Barokah, S. Ag.
- 2) Sekretaris : Solikhul Rosyidi
- 3) Bendahara : Suyono



4) Pembantu I : Z. Rhosida, S.E.

5) Pembantu II : Wahidin

b. Pembagian Tugas Pengurus

1) Ketua

Tugas dan wewenang ketua adalah :

- a) Mengkoordinasikan tugas-tugas pengurus.
- b) Merencanakan atau membuat peraturan khusus yang diperlukan.
- c) Membubuhkan disposisi keluar atau masuknya uang.
- d) Merencanakan diklat perkoperasian dan studi banding.
- e) Membina kinerja karyawan.
- f) Membantu menyimpan uang dan pencairan kredit.
- g) Menandatangani MOU atau kerjasama dengan pihak ke III.

2) Sekretaris

Tugas dan wewenang sekretaris adalah:

- a) Mengelola administrasi ketata-usahaan koperasi.
- b) Mengatur rapat-rapat dan kantoran.
- c) Membayar kewajiban-kewajiban koperasi pada pihak III.
- d) Membantu bendahara mengurus perpajakan.
- e) Melayani permintaan kredit barang atau elektro.
- f) Membantu pelayanan toko.
- g) Membantu ketua dalam perencanaan Diklat dan Rapat Anggota.

3) Bendahara

Tugas dan wewenang bendahara adalah :

- a) Mengelola dan mengerjakan administrasi keuangan dan melaporkan pada instansi terkait.
- b) Membayar kredit uang dengan cek.
- c) Mengatur pemotongan piutang anggota koperasi.
- d) Mengelola kredit uang.
- e) Mengurus perpajakan.
- f) Membuat laporan keuangan.

#### 4) Pembantu I

Tugas dan wewenang pembantu I adalah :

- a) Menyetor uang potongan koperasi pada bank.
- b) Memberikan data anggota yang akan pensiun, meninggal, dan mengatur pemotongan dana pensiun dan peralenan.
- c) Memberikan atau melaporkan data anggota yang gajinya minus.
- d) Mendaftar antrian kredit uang.
- e) Menyimpan uang kontan atau kas.

#### 5) Pembantu II

Tugas dan wewenang Pembantu II adalah :

- a) Mengelola unit pertokoan, wartel, dan foto copy.
- b) Mengatur mekanisme kerja karyawan toko.
- c) Melakukan evaluasi tiap bulan.

#### 4. Pengawas

Pengawas dipilih dari dan oleh anggota dalam rapat anggota, dan bertanggung jawab kepada anggota.

Dalam hal ini pengawas yang ada di KPRI IKHLAS saat ini terdiri dari 3 orang yaitu :

- a. Ketua : 1 orang
- b. Sekretaris : 1 orang
- c. Anggota : 1 orang

Badan ini bertugas melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan secara pengelolaan koperasi dan membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya.

Pengawas berwenang untuk meneliti catatan yang ada pada koperasi dalam bidang administrasi permodalan maupun keuangan.

Susunan Pengawas periode 2003-2005 adalah sebagai berikut :

1. Koordinator : Drs. H. Sigit Chusaini
  2. Anggota : Mustain Ahmad, S.H
  3. Anggota : M. Bandi
5. Pembina

Dalam usaha mencapai kesejahteraan anggota KPRI IKHLAS mempunyai seorang pembina yang memberikan pengarahan, saran, dan petunjuk dalam tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Pembina KPRI IKHLAS adalah Bapak Kepala Kantor Departemen Agama Kota Surakarta.

6. Karyawan

Dalam melaksanakan tugas dan kelancaran kerja pengurus KPRI IKHLAS dibantu oleh lima orang karyawan seperti yang tercantum dalam tabel di bawah ini.

**TABEL III.2**  
**NAMA, STATUS, DAN TUGAS POKOK KARYAWAN**  
**KPRI IKHLAS TAHUN 1998- 2002**

<b>NO</b>	<b>Nama</b>	<b>Status</b>	<b>Tugas Pokok</b>
1.	Chotimah, A.Ma.	Karyawan Penuh	Administrasi Toko
2.	Choiri	Karyawan Penuh	Pelayanan Toko dan Penjaga
3.	Farida Rohmatun, S.E.	Karyawan Penuh	Pembukuan Toko
4.	Mahmudah, A.Md.	Karyawan Penuh	Administrasi Kantor
5.	Retno Puji Astuti, S.E.	Karyawan Penuh	Pembukuan

Sumber : data KPRI IKHLAS.

#### 7. Administrasi

Rangkaian kegiatan administrasi dan perkantoran cukup lancar, dengan dukungan 2 unit komputer.

#### **E. Pendidikan dan Pelatihan**

Dalam rangka peningkatan Sumber Daya Manusia anggota koperasi, pendidikan dan pelatihan merupakan sarana penting, baik untuk kaderisasi kepengurusan maupun penanaman jiwa wirausaha.

Pendidikan pelatihan ada yang diselenggarakan sendiri maupun mengikuti diklat yang diadakan oleh PKPRI Kota Surakarta maupun Kantor Departemen Koperasi dan UKM Kota Surakarta.

Diklat dilaksanakan tiap tahun untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan para pengurus, karyawan, dan anggota. Tiap tahun Diklat yang dilakukan oleh KPRI IKHLAS dilaporkan pelaksanaannya. Pada tahun 2002 KPRI IKHLAS mengadakan diklat satu kali, yaitu pada :

Hari, tanggal : Sabtu, 13 Juli 2002  
Jam : 07.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : Warung Apung, Rowo Jombor, Klaten  
Materi : Diklat Wira Usaha “Penangkaran Jalak Uren”  
Peserta : 18 orang  
Tutor : Bapak Sutrisno

Untuk Diklat yang diselenggarakan lembaga terkait, KPRI IKHLAS juga sering mengirimkan wakilnya untuk ikut, dengan maksud untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan para pengurus dan karyawan, sehingga dapat terbentuk SDM yang berkualitas dan diharapkan dapat memajukan koperasi.

1. Adapun diklat yang diikuti oleh Pengurus adalah pada tahun 2002 adalah Diklat Konsolidasi Ketua-Ketua Primer oleh PKPRI Kota Surakarta.

Hari, tanggal : Selasa, 22 Oktober 2002  
Jam : 08.00WIB s.d. 13.00 WIB  
Tempat : Gedung PKPRI Kota Surakarta  
Petugas : Sdr. Jumali

## 2. Diskusi Aplikasi Kepegawaian Terhadap Pengelola Koperasi Primer oleh

Koordinator Pengawas Primer :

Hari, tanggal : Rabu, 23 Oktober 2002

Jam : 08.00 WIB s.d. 13.00 WIB

Tempat : Gedung PKPRI Kota Surakarta

Petugas : Sdr. Drs. H. Sigit Chusani

**F. Permodalan**

Struktur permodalan tahun 2002 terdiri dari modal sendiri dan modal dari luar atau modal asing. Pada tahun 2002 KPRI IKHLAS menggunakan fasilitas kredit PKPRI sebesar 95 juta. Adapun perincian permodalan sebagai berikut :

## i. Modal Sendiri

Simpanan Pokok	= Rp.	2.890.000,-
Simpanan Wajib	= Rp.	547.163.200,-
Cadangan Modal	= Rp.	58.022.985,-
Pemupukan Modal	= Rp.	33.663.799,-
Cadangan Tujuan Resiko K. Uang	= Rp.	778.000,-
Jumlah	= Rp.	<u>687.637.984,-</u>

## ii. Hutang Lancar

Tabungan anggota	= Rp.	67.278.800,-
Gerakan menabung	= Rp.	6.232.200,-
Dana-dana	= Rp.	9.319.866,-
Simpanan wajib khusus	= Rp.	11.560.000,-

Hutang PKPRI atau Plafon	= Rp.	40.000.000,-
Hutang jasa	= Rp.	46.700.361,-
SWK anggota	= Rp.	459.570,-
Jasa simpanan + jasa anggota	= Rp.	1.069.191,-
Dana kesejahteraan anggota	= Rp.	15.000.000,-
Cadangan karyawan wisata	= <del>Rp.</del>	<del>54.374.325,-</del>
Jumlah	= Rp.	251.994.313,-

Modal KPRI IKHLAS dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Hal ini dapat kita lihat pada perkembangan modal 5 tahun terakhir, yaitu tahun 1998-2002.

TABEL III.3

MODAL SENDIRI, MODAL LUAR, DAN TOTAL MODAL  
KPRI IKHLAS TAHUN 1998-2002

Tahun	Modal Sendiri	Modal Luar	Total
1998	Rp. 425.894.664,-	Rp. 114.349.562,-	Rp. 540.244.226,-
1999	Rp. 461.509.264,-	Rp. 174.608.247,-	Rp. 636.117.511,-
2000	Rp. 525.953.034,-	Rp. 175.940.624,-	Rp. 701.893.658,-
2001	Rp. 623.153.434,-	Rp. 221.188.636,-	Rp. 844.342.070,-
2002	Rp. 687.637.984,-	Rp. 251.994.313,-	Rp. 939.632.297,-

Sumber : data KPRI IKHLAS.

Pendapatan bersih akhir tahun berupa Sisa Hasil Usaha yang dihitung dari jumlah pendapatan keseluruhan usaha dikurangi biaya usaha.

Pada KPRI IKHLAS, selama periode 5 tahun terakhir SHU rata-ratanya mengalami kenaikan, kecuali pada tahun 1999 SHU-nya mengalami penurunan. Hal ini dapat kita lihat pada perkembangan SHU selama periode 5 tahun terakhir berikut ini :

TABEL III.4

SISA HASIL USAHA KPRI IKHLAS

TAHUN 1998-2002

Tahun	Pendapatan	Biaya Usaha	Laba Usaha
1998	112.595.623	96.395.623	16.200.000
1999	177.117.732	170.017.732	7.100.000
2000	231.179.449	217.429.449	13.750.000
2001	236.065.976	220.815.976	15.250.000

2002	254.714.838	239.214.838	15.500.000
------	-------------	-------------	------------

Sumber : data KPRI IKHLAS.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisa Trend

Laporan keuangan dari tahun ke tahun dapat dianalisis dengan mempelajari arah trendnya. Trend dalam prosentase dihitung dengan memilih tahun pertama sebagai dasar perbandingan atau sebagai tahun dasarnya atau angka indeks.

#### TABEL IV.1

### PENJUALAN KREDIT, PIUTANG RATA-RATA, DAN PERIODE PENGUMPULAN PIUTANG

KPRI IKHLAS TAHUN 1998- 2002



Tahun	Penjualan Kredit	Ratio Gerakan Penjualan Kredit	Piutang Rata-Rata	Ratio Gerakan Piutang Rata-Rata	Perputaran Piutang	Periode Pengumpulan Piutang
1998 (Tahun pertama)	Rp 83.323.065,62	100%	Rp 15.840.887	100%	5,26	68 hari
1999 (Tahun kedua)	Rp 106.805.259,8	128%	Rp 17.741.737	112%	6,02	60 hari
2000 (Tahun ketiga)	Rp 132.395.555,5	159%	Rp 22.139.725	140%	5,98	60 hari
2001 (Tahun keempat)	Rp 158.758.768,1	190%	Rp 23.176.462	146%	6,85	52 hari
2002 (Tahun kelima)	Rp 158.812.206	191%	Rp 22.687.458	143%	7	51 hari

**Sumber : data yang diolah.**

### **1. Analisa Penjualan Kredit**

**Penjualan kredit selama 5 tahun (1998-2002) mengalami kenaikan. Dari ratio gerakan penjualan kredit pada daftar di atas memperlihatkan bahwa penjualan kredit pada tahun kedua 28% lebih tinggi daripada penjualan kredit pada tahun pertama, penjualan kredit pada tahun ketiga 31% lebih tinggi daripada penjualan kredit pada tahun kedua, penjualan kredit pada tahun keempat 31% lebih tinggi dari penjualan**

**kredit tahun ketiga, dan penjualan kredit pada tahun kelima 1% lebih tinggi dari penjualan kredit tahun keempat.**

2. Analisa Gerakan Piutang

Piutang selama 5 tahun (1998-2002) mengalami kenaikan dan penurunan. Dari ratio gerakan piutang pada daftar di atas memperlihatkan bahwa piutang pada tahun kedua 12% lebih tinggi daripada piutang pada tahun pertama, piutang pada tahun ketiga 38% lebih tinggi daripada piutang pada tahun kedua, piutang pada tahun keempat 6% lebih tinggi daripada piutang pada tahun ketiga, piutang pada tahun kelima 3% lebih rendah daripada piutang pada tahun keempat.

3. Analisa Perputaran Piutang

Tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan membagi nilai penjualan kredit netto dengan piutang rata-rata. Perputaran piutang yang semakin tinggi adalah semakin baik karena berarti modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk piutang akan semakin rendah.

$$\text{Perputaran Piutang} = \text{Penjualan Kredit} \div \text{Piutang Rata-Rata}$$

a. Tahun 1998

Pada tahun 1998, perputaran piutangnya sebesar 5,26. Ini dapat diartikan bahwa ratio antara penjualan kredit dengan piutang rata-rata adalah 5,26 kali dalam setahun. Jika dinyatakan dalam prosentase adalah 526% yang berarti penjualan kredit pada tahun 1998 adalah 526% dari piutang rata-

ratanya. Bila prosentase ini dibandingkan dengan standar ratio selama 5 tahun (1998-2002), yaitu  $6,22 (5,26 + 6,02 + 5,98 + 6,85 + 7,00) \div 5$  menunjukkan bahwa perputaran piutang pada tahun 1998 lebih rendah dibandingkan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun tersebut.

b. Tahun 1999

Pada tahun 1999 perputaran piutangnya sebesar 6,02. Ini dapat diartikan bahwa ratio antara penjualan kredit dengan piutang rata-rata adalah 6,02 kali dalam setahun. Jika dinyatakan dalam prosentase adalah 602% yang berarti penjualan kredit pada tahun 1999 adalah 602% dari piutang rata-ratanya. Perputaran piutang pada tahun 1999 mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 1998. Kenaikan perputaran piutang sebesar 0,76 tersebut karena kenaikan penjualan maupun piutang, akan tetapi kenaikan penjualan pada tingkat yang lebih tinggi daripada naiknya piutang.

Bila perputaran piutang tahun 1999 yaitu 6,02 dibandingkan dengan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun (1998-2002), yaitu 6,22 menunjukkan bahwa perputaran piutang tahun 1999 lebih tinggi dibandingkan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun tersebut.

c. Tahun 2000

Pada tahun 2000, perputaran piutangnya sebesar 5,98. Ini dapat diartikan bahwa ratio antara penjualan kredit dengan piutang rata-rata adalah 5,98 kali dalam setahun. Jika dinyatakan dalam prosentase adalah 598% yang berarti penjualan kredit tahun 2000 adalah 598% dari piutang rata-ratanya.

Ratio 598% Perputaran piutang pada tahun 2000 mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 1999. Penurunan perputaran piutang sebesar 0,04 tersebut karena naiknya penjualan maupun piutang, akan tetapi kenaikan penjualan pada tingkat yang sedikit lebih tinggi daripada kenaikan piutang. Bila perputaran piutang tahun 2000, yaitu 5,98 dibandingkan dengan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun (1998-2002) yaitu 6,22 menunjukkan bahwa perputaran piutang pada tahun 2000 lebih rendah dibandingkan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun tersebut.

d. Tahun 2001

Pada tahun 2001, perputaran piutangnya sebesar 6,85. Ini dapat diartikan bahwa ratio antara penjualan kredit dengan piutang rata-rata adalah 6,85 kali dalam setahun. Jika dinyatakan dalam prosentase adalah 685% yang berarti penjualan kredit pada tahun 2001 adalah 685% dari piutang rata-ratanya. Ratio 685% perputaran piutang pada tahun 2001 mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2000. Kenaikan perputaran piutang sebesar 0.87. tersebut karena naiknya penjualan maupun piutang, akan tetapi kenaikan penjualan pada tingkat yang lebih tinggi daripada kenaikan piutang. Bila perputaran piutang tahun 2001, yaitu 6,85 dibandingkan dengan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun (1998-2002) yaitu 6,22 menunjukan bahwa perputaran piutang pada tahun 2001 lebih rendah dibandingkan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun tersebut.

e. Tahun 2002

Pada tahun 2002, perputaran piutangnya sebesar 7. Ini dapat diartikan bahwa ratio antara penjualan kredit dengan piutang rata-rata adalah 7 kali dalam setahun. Jika dinyatakan dalam prosentase adalah 700% yang berarti penjualan kredit tahun 2002 adalah 700% dari piutang rata-ratanya. Perputaran piutang pada tahun 2002 mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2001. Kenaikan perputaran piutang sebesar 0,15 tersebut karena kenaikan penjualan dan turunnya piutang. Bila perputaran piutang pada tahun 2002, yaitu 7 dibandingkan dengan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun (1998-2002), yaitu 6,22 menunjukkan bahwa perputaran piutang pada tahun 2002 lebih rendah dibandingkan rata-rata perputaran piutang dalam periode 5 tahun tersebut.

4. Analisa Periode Pengumpulan Piutang

Periode pengumpulan piutang yang merupakan rata-rata lamanya waktu pengumpulan piutang dapat ditentukan dengan membagi 360 hari dengan tingkat perputaran piutang.

Periode Pengumpulan Piutang = 360 Hari : Perputaran Piutang

Pada tahun 1998, periode pengumpulan piutang 68 hari. Ini berarti bahwa untuk mengubah piutang menjadi kas diperlukan rata-rata 68 hari.

Pada tahun 1999, periode pengumpulan piutang 60 hari. Ini berarti bahwa untuk mengubah piutang menjadi kas diperlukan rata-rata 60 hari.

Pada tahun 2000, periode pengumpulan piutang 60 hari. Ini berarti bahwa untuk mengubah piutang menjadi kas diperlukan rata-rata 60 hari.

Pada tahun 2001, periode pengumpulan piutang 52 hari. Ini berarti bahwa untuk mengubah piutang menjadi kas diperlukan rata-rata 52 hari.

Pada tahun 2002, periode pengumpulan piutang 51 hari. Ini berarti bahwa untuk mengubah piutang menjadi kas diperlukan rata-rata 51 hari.

Hari rata-rata pengumpulan piutang selama 5 periode (1998-2002) tidak mengalami fluktuasi yang tajam atau dapat dikatakan merata setiap tahunnya yaitu 58 hari. Hal ini menunjukkan bahwa waktu terikatnya modal kerja dalam piutang tidak begitu lama, mengingat hari rata-rata pengumpulan piutang menurut kebijakan yang dilakukan KPRI adalah 60 hari. Jika dilihat per tahun, pada tahun 1998 periode pengumpulan piutang lebih lama 8 hari jika dibandingkan dengan kebijakan yang ditetapkan KPRI. Pada tahun 1999 dan tahun 2000 periode pengumpulan piutangnya sudah tepat menurut kebijakan yang dilakukan KPRI yaitu 60 hari. Pada tahun 2001, periode pengumpulan piutangnya lebih cepat 8 hari dari kebijakan yang ditetapkan KPRI, sedangkan pada tahun 2002 periode pengumpulan piutangnya lebih cepat 9 hari dari kebijakan pengumpulan piutang yang ditetapkan KPRI tersebut.

##### 5. Analisa Ratio Laba Usaha dengan Penjualan

Ratio atau prosentase laba usaha dari hasil penjualan, menunjukkan bagian yang tersisa dari setiap Rp 1,00 hasil penjualan setelah dikurangi oleh harga pokok penjualan dan biaya usaha lainnya. Tabel berikut ini merupakan analisa

perbandingan antara laba usaha dan hasil penjualannya, di unit pertokoan KPRI IKHLAS untuk masa 5 tahun terakhir.

TABEL IV.2

**DATA PERBANDINGAN ANTARA LABA USAHA  
DAN HASIL PENJUALAN  
KPRI IKHLAS TAHUN 1998- 2002**

NO	Deskripsi	1998	1999	2000	2001	2002
1.	Hasil penjualan (a)	145.447.051	161.914.415	193.868.122	236.840.235	215.355.869
	Trend dlm %	100%	111%	133%	163%	148%
2.	Laba usaha (b)	2.616.187	2.830.300	3.998.438	4.210.500	4.843.750
	Trend dlm %	100%	108%	153%	161%	185%
3.	Laba usaha utk tiap Rp 1,- penj (c=b/a)	0,0179	0,0175	0,021	0,0178	0,0225
	Trend dlm %	100%	97,8%	117,3%	99,4%	125,7%

Sumber : data yang diolah.

Dari data tersebut nampak bahwa trend dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba menunjukkan gambaran yang cukup menggembirakan, karena dari tahun ke tahun laba usaha terus meningkat, walaupun peningkatannya tidak tentu. Meskipun hasil penjualan dan laba usaha keduanya menunjukkan adanya kenaikan, kecuali pada penjualan tahun 2002 penurunan tingkat penjualan diikuti dengan kenaikan laba usaha baik dalam jumlah maupun prosentasenya, namun tingkat kenaikan penjualan tidak selalu lebih tinggi dari tingkat kenaikan laba usaha demikian pula sebaliknya. Hal ini terbukti pada laba usaha yang direalisasikan dari setiap Rp 1,00 hasil penjualan yang naik-turun baik dalam jumlah maupun trend dalam

prosentasenya. Situasi demikian itu timbul sebagai akibat dari kenaikan dan penurunan biaya-biaya meliputi HPP, biaya administrasi, biaya pemasaran yang tidak tetap serta kenaikan dan penurunan penjualan yang tidak tetap.

Untuk membuktikan dan mengetahui sampai seberapa jauh kenaikan biaya-biaya tersebut dalam hubungannya dengan hasil penjualan dan pada biaya apa saja kenaikan serta penurunan itu terjadi, serta untuk dapat menentukan apakah kenaikan biaya kiranya masih bisa ditolerir dapat dilakukan analisa perbandingan ratio dan trend dari tiap-tiap elemen yang membentuk laba usaha dalam hubungannya dengan hasil penjualan. Tabel berikut ini menunjukkan data dan perhitungan laba bersih atau laba usaha beserta trend dan rasionya selama periode lima tahun terakhir.

**TABEL IV.3**  
**PERHITUNGAN LABA USAHA**  
**KPRI IKHLAS TAHUN 1998-2002**

No	Keterangan	1998	1999	2000	2001	2002
1.	Penjualan Kredit (Rp)	83.323.065,62	106.805.259,8	132.395.555,5	158.758.768,1	158.812.206
2.	Penjualan Tunai (Rp)	62.123.985,38	55.109.155,2	61.472.566,5	78.081.466,9	56.543.663
3.	Penjualan Total (Rp)	145.447.051	161.914.415	193.868.122	236.840.235	215.355.869
4.	Harga Pokok Penjualan / HPP (Rp)	130.127.364	142.482.565	169.377.684	211.059.385	190.226.907
5.	Laba Bruto (Rp)	15.319.687	19.431.850	24.490.438	25.780.900	25.128.962
6.	Biaya Usaha (Rp)	12.703.500	16.601.550	20.492.000	21.570.400	20.285.212
7.	Laba Usaha (Rp)	2.616.187	2.830.300	3.998.438	4.210.500	4.843.750

Sumber : data yang diolah.



Keterangan :

Penjualan total diperoleh dari penjumlahan penjualan kredit dengan penjualan tunai (Penjualan Total = Penjualan Kredit + Penjualan Tunai).

Penjualan total jika dikurangkan dengan harga pokok penjualan merupakan laba bruto atas penjualan barang (Penjualan Total – HPP = Laba Bruto).

Laba bruto kemudian dikurangi dengan total biaya usaha akan diperoleh laba usaha (Laba Bruto – Total Biaya = Laba Usaha).

a. Dari data trend dari tahun 1998-2002 di atas dapat dilihat :

- 1) Total penjualan dari tahun 1998-2002 mengalami kenaikan selama 4 tahun berturut-turut dari tahun 1998 sampai tahun 2001, kemudian pada tahun 2002 turun dari tahun sebelumnya.

Total penjualan pada tahun 1999, 11% lebih tinggi daripada total penjualan pada tahun 1998, kenaikan tersebut karena penjualan kredit tahun 1998 mengalami kenaikan sebesar 28%, sedangkan penjualan tunai turun 11% dari tahun sebelumnya. Total penjualan tahun 2000, 22% lebih tinggi daripada total penjualan pada tahun 1999. Kenaikan tersebut karena baik penjualan kredit maupun penjualan tunai pada tahun 2000 mengalami kenaikan, yaitu penjualan kredit naik sebesar 31% dari tahun sebelumnya, dan penjualan tunai naik sebesar 10% dari tahun sebelumnya. Total penjualan pada tahun 2001, 30% lebih tinggi daripada total penjualan pada tahun 2000, kenaikan tersebut karena baik penjualan kredit maupun penjualan tunai pada tahun 2001 mengalami kenaikan yaitu penjualan kredit naik sebesar 31% dari tahun sebelumnya dan penjualan tunai naik sebesar 27% dari tahun sebelumnya. Total penjualan pada tahun 2002, 15% lebih rendah daripada total penjualan pada tahun 2001, penurunan tersebut karena penjualan kredit kenaikannya hanya sedikit yaitu 1%, sedangkan penjualan tunai mengalami penurunan yang cukup besar yaitu turun sebesar 35%.

- 2) Harga Pokok Penjualan selama 4 tahun dari tahun 1998-2001 mengalami kenaikan. Pada tahun 1999 naik sebesar 9% (dari 100% pada tahun 1998 menjadi 109% pada tahun 1999). Pada tahun 2000 naik sebesar 21% (dari 109% pada tahun 1999 menjadi 130% pada tahun 2000). Pada tahun 2001 naik sebesar 32% (dari 130% pada tahun 2000 menjadi 162% pada tahun 2001). Pada 2002 Harga Pokok Penjualan mengalami penurunan 16% dari tahun sebelumnya 2001.
- 3) Laba kotor selama 4 tahun (dari tahun 1998-2001) mengalami kenaikan. Pada tahun 1999 naik sebesar 27% (dari 100% pada tahun 1998 menjadi 127% pada tahun 1999). Pada tahun 2000 naik sebesar 33% (dari 127% pada tahun 2000 menjadi 160% pada tahun 2000). Pada tahun 2001 naik sebesar 8% (dari 160% pada tahun 2000 menjadi 168% pada tahun 2001). Pada tahun 2002 laba kotor mengalami penurunan sebesar 4% dari tahun 2001.

- 4) Biaya usaha mengalami gerakan yang naik turun. Selama 4 tahun dari tahun 1998-2001. Pada tahun 1999 naik sebesar 31% (dari 100% pada tahun 1998 menjadi 131% pada tahun 1999). Pada tahun 2000 naik sebesar 30% (dari 131% pada tahun 1999 menjadi 161% pada tahun 2000). Pada tahun 2001 naik sebesar 9% (dari 161% pada tahun 2000 menjadi 170% pada tahun 2001). Pada tahun 2002 biaya usaha turun 10% dari tahun 2001.
- 5) Laba Bersih selama 5 tahun mengalami kenaikan dari tahun 1998-2002. Pada tahun 1998 naik sebesar 8% (dari 100 % pada tahun 1998 menjadi 108% pada tahun 1999). Pada tahun 2000 naik sebesar 45% (dari 108% pada tahun 1999 menjadi 153% pada tahun 2000). Pada tahun 2001 naik sebesar 8% (dari 153% pada tahun 2000 menjadi 161% pada tahun 2001). Pada tahun 2002 naik sebesar 24% (dari 161% pada tahun 2001 menjadi 185% pada tahun 2002). Walaupun laba bruto turun 24% dari tahun 2001.
- b. Analisa mendatar atau trend memperlihatkan tingkat perubahan dalam faktor- faktor yang mempengaruhi pendapatan dan analisa vertikal atau ratio. Memperlihatkan pembagian dari pendapatan penjualan di antara faktor-faktor yang berfungsi untuk menghasilkan pendapatan (John N. Myer, 1997 : 189).
- 1) Dalam tahun 1998 telah diketahui dari analisa vertikal atau ratio per komponen bahwa HPP besarnya 89,5% dari hasil penjualan, sedangkan dalam tahun 1999 turun menjadi 87,9%. Penurunan tersebut

disebabkan oleh karena jika dibandingkan dengan tahun 1998, maka penjualan pada tahun 1999 telah naik sebanyak 11%, sedangkan HPP hanya naik 9%. Begitu pula telah diketahui bahwa biaya-biaya usaha dalam tahun 1998 besarnya 8,7% dari penjualan dan dalam tahun 1999 biaya usaha naik 10,3%. Kenaikan ini disebabkan fakta bahwa dalam tahun 1998 biaya usaha telah naik lebih tinggi daripada hasil penjualan, biaya penjualan telah naik 31% dan hasil penjualan telah naik 11%.

- 2) Dalam tahun 1999 telah diketahui dari analisa vertical atau ratio per komponen bahwa HPP besarnya 87,9% dari hasil penjualan, sedangkan dalam tahun 2000 turun menjadi 87,4%. Penurunan tersebut disebabkan oleh karena jika dibandingkan dengan tahun 1999, maka penjualan dalam tahun 2000 telah naik sebanyak 22%, sedangkan harga pokok dari barang-barang yang dijual naik 21%.. Begitu pula telah diketahui bahwa biaya-biaya usaha dalam tahun 1999 besarnya 10,3% dari penjualan dan dalam tahun 2000 biaya usaha naik menjadi 10,6% dari penjualan. Kenaikan ini disebabkan fakta bahwa dalam tahun 2000 biaya usaha telah naik lebih tinggi daripada hasil penjualan, biaya penjualan telah naik 30% dan hasil penjualan naik 22%.
- 3) Dalam tahun 2000 telah diketahui dari analisa vertical atau ratio per komponen bahwa HPP besarnya 87,4% dari hasil penjualan, sedangkan dalam tahun 2001 naik menjadi 89,1%. Kenaikan tersebut

disebabkan oleh karena kenaikan HPP lebih besar dari kenaikan penjualan. HPP naik sebesar 32%, sedangkan penjualan naik 30%. Begitu pula telah diketahui bahwa biaya-biaya usaha dalam tahun 2000 besarnya 10,6% dari penjualan dan dalam tahun 2001 biaya usaha turun menjadi 9,1% dari penjualan. Penurunan ini disebabkan fakta bahwa dalam tahun 2001 biaya usaha telah naik lebih kecil daripada hasil penjualan, biaya usaha telah naik 9% dan hasil penjualan telah naik 30%.

- 4) Dalam tahun 2001 telah diketahui dari analisa vertikal atau ratio per komponen bahwa HPP besarnya 89,1% dari hasil penjualan, sedangkan dalam tahun 2002 turun menjadi 88,3%. Penurunan tersebut disebabkan oleh karena penurunan HPP pada tingkat yang lebih kecil dari penurunan penjualan. HPP turun sebesar 16% dari tahun sebelumnya, sedangkan penjualan turun sebesar 15% dari tahun sebelumnya. Begitu pula telah diketahui bahwa biaya-biaya usaha dalam tahun 2001 besarnya 9,1% dari penjualan dan dalam tahun 2002 biaya usaha naik menjadi 9,4% dari penjualan. Kenaikan ini disebabkan fakta bahwa dalam tahun 2002 biaya usaha telah turun pada tingkat lebih kecil daripada hasil penjualan, biaya usaha telah turun sebesar 10% dari tahun sebelumnya dan penjualan telah turun sebesar 15% dari tahun sebelumnya.

## B. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana karena hanya ada satu variabel independen. Dalam analisis regresi akan dikembangkan sebuah estimating equation atau persamaan regresi yaitu suatu formula matematika yang mencari nilai variabel dependen dari nilai variabel independen yang diketahui.

Analisis regresi digunakan terutama untuk tujuan peramalan, di mana dalam model tersebut ada sebuah variabel dependen atau tergantung dan variabel independen atau bebas.

Dalam penelitian ini ada 4 variabel, yaitu penjualan kredit, piutang, perputaran piutang, dan laba usaha. Dalam praktek, akan dibahas bagaimana hubungan antara penjualan kredit terhadap piutang, perputaran piutang, dan laba usaha. Di sini berarti ada 3 variabel dependen yaitu piutang, perputaran piutang, dan laba usaha. Sedangkan variabel independennya adalah penjualan kredit. Metode korelasi akan membahas keeratan hubungan, dalam hal ini keeratan hubungan antara penjualan kredit terhadap piutang, perputaran piutang, dan laba usaha. Sedang metode regresi akan membahas prediksi atau peramalan, dalam hal ini apakah piutang, perputaran piutang, dan laba usaha di masa mendatang dapat diramalkan jika penjualan kredit diketahui.

Di bawah ini menunjukkan hasil uji korelasi dan regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu SPSS 10.00 adalah sebagai berikut :

### 1. Variabel independen : penjualan kredit

Variabel dependen : piutang.

- a. Besar hubungan antara variabel penjualan kredit dengan piutang yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,969. Hal ini menunjukkan hubungan yang sangat erat (terletak di antara 0,80-1,00) di antara

penjualan kredit dengan piutang. Arah hubungan yang positif (tidak ada tanda negatif pada angka 0,969) menunjukkan semakin besar penjualan kredit akan membuat piutang cenderung meningkat. Demikian pula sebaliknya.

b. Persamaan regresi :

$$Y = 7880628 + 0,09715X$$

Di mana:

Y = piutang.

X = penjualan kredit.

Konstanta sebesar 7880628 menyatakan bahwa jika tidak ada penjualan kredit, maka piutang adalah Rp 7880628. Koefisien regresi sebesar 0,9715 menyatakan bahwa setiap penambahan karena tanda positif Rp 1,00 penjualan kredit akan meningkatkan piutang sebesar Rp 0,09715.

c. Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen dalam hal ini piutang.

#### Hipotesis

Ho = koefisien regresi tidak signifikan.

H = koefisien regresi signifikan.

#### Pengambilan Keputusan.

1) Dengan membandingkan statistik hitung dengan statistik tabel.

Jika Statistik t Hitung < Statistik t Tabel, maka Ho diterima.

Jika Statistik t Hitung > Statistik t Tabel, maka Ho ditolak.

a) Statistik t Hitung

Dari tabel output terlihat bahwa t Hitung adalah 6,841

b) Statistik Tabel

(1) Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5 %

(2) df (derajat kebebasan) = jumlah data - 2 atau  $5 - 2 = 3$

(3) Uji dilakukan dua sisi

Untuk t Tabel dua sisi didapat angka 3,182.

c) Oleh karena Statistik Hitung > Statistik tabel ( $6,841 > 3,182$ )

Maka  $H_0$  ditolak, atau koefisien regresi signifikan, atau penjualan kredit benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap piutang.

2) Berdasarkan probabilitas

Jika probabilitas > 0,05 maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom signifikan adalah 0,006 atau probabilitas di bawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak, atau koefisien regresi signifikan, atau penjualan kredit benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap piutang

2. Variabel independen = penjualan kredit

Variabel dependen = perputaran piutang

a. Besar hubungan antara variabel penjualan kredit dengan perputaran piutang yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,952. Hal ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat terletak di antara 0,80-1,00 di antara penjualan kredit dengan perputaran piutang. Arah hubungan yang positif atau tidak ada tanda negatif pada angka 0,952 menunjukkan semakin besar penjualan kredit akan membuat perputaran piutang cenderung meningkat. Demikian pula sebaliknya.

b. Persamaan regresi :



$$Y = 3,595 + 0,00000002052X$$

Dimana :

Y = perputaran piutang.

X = penjualan kredit.

Konstanta sebesar 3,595 menyatakan bahwa jika tidak ada penjualan kredit, maka perputaran piutang adalah 3,595.

Koefisien regresi sebesar 0,00000002052 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) Rp 1,00 penjualan kredit akan meningkatkan perputaran piutang sebesar 0,00000002052.

- c. Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen.

**Hipotesis**

Ho = koefisien regresi tidak signifikan.

H = koefisien regresi signifikan.

**Pengambilan Keputusan**

- 1) Dengan membandingkan statistik hitung dengan statistik tabel.

Jika statistik t Hitung < statistik t Tabel, maka Ho diterima.

Jika statistik t Hitung > statistik t Tabel, maka Ho ditolak

- a) Statistik t Hitung

Dari tabel output di atas terlihat bahwa t Hitung adalah 5,415.

- b) Statistik Tabel

(1) Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%

(2) df (derajat kebebasan) = jumlah data - 2 atau  $5 - 2 = 3$

(3) Uji dilakukan 2 sisi

Untuk t Tabel 2 sisi didapat angka 3,182.

- c) Oleh karena statistik Hitung > statistik Tabel ( $5,415 > 3,182$ ), maka Ho ditolak.

2) Berdasarkan Probabilitas :

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom signifikansi adalah 0,012 atau probabilitas di bawah 0,05, maka  $H_0$  ditolak atau koefisien regresi signifikan, atau penjualan kredit berpengaruh secara signifikan terhadap perputaran piutang.

3. Variabel independen = penjualan kredit

Variabel dependen = laba bersih

a. Besar hubungan antara variabel penjualan kredit dengan laba bersih yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,952. Hal ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat (terletak antara 0,80-1,00) di antara penjualan kredit dengan laba bersih. Arah hubungan yang positif (tidak ada tanda negatif pada angka 0,952) menunjukkan semakin besar penjualan kredit akan membuat laba bersih cenderung meningkat. Demikian pula sebaliknya.

b. Persamaan regresi :

$$Y = 202552,28 + 0,02732X$$

Dimana :

Y = laba bersih.

X = penjualan kredit.

Konstanta sebesar 202552,28 menyatakan bahwa jika tidak ada penjualan kredit, maka laba bersih adalah 202552,28.

Koefisien regresi sebesar 0,02732 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) Rp 1,00 penjualan kredit akan meningkatkan laba bersih sebesar 0,02732.

c. Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen.

$H_0$  = koefisien regresi tidak signifikan.

$H_1$  = koefisien regresi signifikan.

#### Pengambilan Keputusan

1) Dengan membandingkan statistik hitung dengan statistik tabel.

Jika statistik t Hitung < statistik t Tabel, maka  $H_0$  diterima.

Jika statistik t Hitung > statistik t Tabel, maka  $H_0$  ditolak.

a) Statistik t Hitung

Dari tabel output di atas terlihat bahwa t Hitung adalah 5,398.

b) Statistik Tabel

(1) Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5 %

(2) Df (derajat kebebasan) = jumlah data - 2 atau  $5 - 2 = 3$

(3) Uji dilakukan 2 sisi

Untuk t Tabel 2 sisi didapat angka 3,182.

c) Oleh karena statistik Hitung > statistik Tabel ( $5,398 > 3,182$ ), maka  $H_0$  ditolak.

2) Berdasarkan Probabilitas

Jika probabilitas > 0,05 maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom signifikan adalah 0,012 atau probabilitas di bawah 0,05, maka  $H_0$  ditolak atau koefisien regresi signifikan, atau penjualan kredit berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.



## **BAB V**

### ***KESIMPULAN DAN SARAN***

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan seluruh pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis penjualan kredit pada unit pertokoan KPRI IKHLAS selama lima tahun terakhir (1998-2002), dapat dilihat bahwa penjualan kredit mempunyai prosentase lebih dari 50% atau antara 57%-74% dari penjualan. Jadi penjualan kredit yang terjadi di toko KPRI IKHLAS lebih besar daripada penjualan tunai. Penjualan kredit selama 5 tahun (1998-2002) terakhir mengalami peningkatan.
2. Berdasarkan hasil analisis piutang pada unit pertokoan KPRI IKHLAS selama lima tahun terakhir, kenaikan penjualan kredit tidak selalu diikuti dengan kenaikan piutang. Selama tahun 1998-2001, kenaikan penjualan kredit diikuti dengan kenaikan piutang, walaupun prosentase kenaikan piutang tidak sebesar prosentase kenaikan penjualan kredit. Pada tahun 2002 penjualan kredit mengalami kenaikan, tetapi piutangnya turun.
3. Dari hasil analisis perputaran piutang pada unit pertokoan KPRI IKHLAS dari tahun 1998-2001 dapat diketahui bahwa secara umum koperasi mengalami perputaran piutang yang merata (cukup stabil), walaupun perputaran piutang mengalami naik turun, namun naik-turunnya tidak terlalu banyak, berkisar antara 5-7 kali.
4. Hari rata-rata pengumpulan piutang Unit Pertokoan KPRI IKHLAS pada tahun 1998-2002 adalah sebagai berikut :  
  
Tahun 1998 = 68 hari  
Tahun 1999 = 60 hari  
Tahun 2000 = 60 hari  
Tahun 2001 = 52 hari

Tahun 2002 = 51 hari

Jangka waktu kredit menurut kebijakan yang dilakukan KPRI IKHLAS adalah 2 bulan (60 hari). Periode pengumpulan piutang menunjukkan kondisi yang semakin membaik. Pada tahun 1998, pengumpulan piutang lebih lama 8 hari dari jangka waktu kredit yang ditetapkan, ini berarti menunjukkan kondisi yang kurang baik. Kemudian pada tahun 1999 dan tahun 2000 periode pengumpulan piutang sama dengan jangka waktu kredit yang ditetapkan. Pada tahun 2001 dan 2002 periode pengumpulan piutangnya lebih pendek 8 dan 9 hari dari jangka waktu kredit yang ditetapkan. Dan hal ini menunjukkan kondisi yang baik, karena makin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang.

5. Dari perhitungan laba bersih selama lima tahun terakhir (1998-2002), dapat diambil kesimpulan bahwa penjualan kredit ternyata membawa dampak positif terhadap pencapaian laba usaha.
6. Dari analisis hubungan penjualan kredit dengan piutang, dapat diambil kesimpulan ternyata penjualan kredit mempunyai hubungan yang erat dengan piutang yaitu dengan nilai koefisien korelasi 0,969.

Dari analisis pengaruh penjualan kredit terhadap piutang, koefisien regresi penjualan kredit sebesar 0,09715. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit mempunyai pengaruh positif terhadap piutang, berarti kenaikan penjualan kredit diikuti pula dengan kenaikan piutang.

7. Dari analisis hubungan penjualan kredit dengan perputaran piutang, dapat diambil kesimpulan ternyata penjualan kredit mempunyai hubungan yang erat dengan perputaran piutang yaitu dengan nilai koefisien korelasi 0,952.

Dari analisis pengaruh penjualan kredit terhadap perputaran piutang, koefisien regresi penjualan kredit sebesar 0,0000002052. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit mempunyai pengaruh positif terhadap perputaran piutang, berarti kenaikan penjualan kredit diikuti pula dengan kenaikan perputaran piutang.

8. Dari analisis hubungan penjualan kredit dengan laba bersih, dapat diambil kesimpulan ternyata penjualan kredit mempunyai hubungan yang erat dengan laba bersih yaitu dengan nilai koefisien korelasi 0,952.

Dari analisis pengaruh penjualan kredit terhadap laba bersih, koefisien regresi penjualan kredit sebesar 0,02732. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih, berarti kenaikan penjualan kredit diikuti pula dengan kenaikan laba bersih.

## B. Saran

Saran ini disampaikan untuk membantu atau sebagai pertimbangan bagi perusahaan sehubungan dengan pengaruh penjualan kredit dalam kaitannya dengan piutang dan laba bersih unit pertokoan KPRI IKHLAS. Saran-saran tersebut adalah :

1. Dengan kebijakan penjualan kredit yang telah dilaksanakan unit pertokoan KPRI IKHLAS, dapat meningkatkan volume penjualan, dan hal inipun tentunya akan berdampak positif bagi peningkatan laba koperasi. Maka kebijakan tersebut sebaiknya dipertahankan dan diusahakan agar hasil yang dicapai dapat meningkat tanpa mengurangi tujuan dari koperasi untuk mensejahterakan anggota.
2. Untuk mendorong kenaikan laba koperasi, maka koperasi harus dapat meningkatkan keuntungan dari kenaikan volume penjualan dengan cara meninjau kembali biaya- biaya yang dikeluarkan dalam rangka meningkatkan volume penjualan, agar proporsi kenaikan penjualan seimbang dengan kenaikan biaya yang dikeluarkan.
3. Mengingat penjualan secara kredit berperan dalam meningkatkan volume penjualan dan telah berhasil meningkatkan laba koperasi, maka KPRI IKHLAS dalam meningkatkan volume penjualannya baik dengan kredit maupun kontan bisa menambah persediaan barang yang dijual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono.1999. **Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi**. Yogyakarta: BPFE.
- Bambang Riyanto. 1995. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Yogyakarta: BPFE.
- Cooper, Donald R. and C. William Emory. 1997. **Metode Penelitian Bisnis**. Alih bahasa oleh Dra. Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan. Jilid 1. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Djarwanto PS. 1984. **Pokok-Pokok Analisis Laporan Keuangan**. Yogyakarta: BPFE.
- Gunawan Adi Saputro. 1985. **Anggaran Perusahaan**. Yogyakarta: BPFE.
- Harnanto. 1987. **Analisa Laporan Keuangan**. Yogyakarta: BPFE.
- Helfert, Erich A. 1996. **Petunjuk Praktis Untuk Mengelola dan Mengukur**. Alih bahasa oleh Herman Wibowo. Jakarta: Erlangga.
- Horne, Van. 1997. **Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan**. Alih bahasa oleh Heru Sutojo. Jakarta: Salemba Empat.
- Kartasapoetra. 1989. **Praktek Pengelolaan Koperasi**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Myer, John N. 1979. **Analisa Neraca dan Laba Rugi**. Alih bahasa oleh Soemita Adikoesoema. Jakarta: Aksara Baru.
- Ninik Widiyanti dan Pandji Anoraga. 1992. **Dinamika Koperasi**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Revrisond Baswir. 1997. **Koperasi Indonesia**. Edisi Pertama Yogyakarta: BPFE.
- Sagimun MD. 1983. **Koperasi Indonesia**. Departemen P & K.
- Salamah Wahyuni. 1999. **Buku Pedoman Penyusunan Skripsi**. Surakarta: FE UNS.
- Singgih Santoso. 2001. **SPSS Versi 10**. Jakarta: Gramedia.



Suad Husnan. 1985. **Manajemen Keuangan Keputusan Investasi dan Pembelanjaan**. Yogyakarta: BPFE.

Sugiyono. 1999. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta.

Sukanto Reksohadiprodjo. 1998. **Manajemen Koperasi**. Yogyakarta: BPFE

Weston, J.Fred and Eugene F. Brigham. 1993. **Dasar-Dasar Manajemen Keuangan**. Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga

