

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis Laporan Keuangan

2.1.1 Definisi Analisis Laporan Keuangan

Menurut Berstein (1983) dalam Sjahrial dan Purba (2013: 1) mendefinisikan analisis laporan keuangan mencakup penerapan metode dan teknik analisis untuk laporan keuangan dan data lainnya untuk melihat dari laporan itu ukuran-ukuran dan hubungan tertentu yang sangat berguna dalam pengambilan keputusan.

Menurut John, et. al dalam Sjahrial dan Purba (2013: 1) mendefinisikan analisis laporan keuangan (*financial statement analysis*) adalah aplikasi, alat dan teknik analisis untuk laporan keuangan bertujuan umum dan data-data yang berkaitan untuk menghasilkan esitmasi dan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis.

Analisis laporan keuangan adalah seni untuk mengubah data dari laporan keuangan ke informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan (Horne dan Wachowicz, 2009: 154).

2.1.2 Tujuan Analisis Laporan Keuangan

Tujuan analisis laporan keuangan menurut Bernstein (1983) dalam Sjahrial dan Purba (2013: 2) adalah sebagai berikut:

1. Penyaringan (*Screening*)
Analisis digunakan untuk menyaring aktivitas-aktivitas bisnis yang menggairahkan di masa depan.
2. Peramalan (*Forescasting*)
Analisis digunakan untuk meramalkan kondisi keuangan perusahaan di masa sekarang dan yang akan datang.
3. Diagnosa (*Diagnosis*)
Analisis dilakukan untuk melihat kemungkinan adanya masalah-masalah dalam manajemen khususnya di bidang operasi dan keuangan.
4. Penilaian (*Evaluation*)
Analisis digunakan untuk menilai prestasi manajemen, operasi, keuangan, dan lain-lain.

2.2 Metode Analisis Laporan Keuangan

Menurut Sudana (2011: 24), Rasio keuangan yang dihitung dari laporan keuangan perusahaan pada satu periode saja tidak akan memberikan informasi

yang memadai. Untuk memperoleh informasi yang lebih banyak, analisis keuangan dapat melakukan analisis dengan cara:

1. *Cross-section analysis* yaitu analisis yang membandingkan rasio keuangan suatu perusahaan dengan rasio keuangan perusahaan lain atau industri pada satu periode waktu yang sama.
2. *Time series* yaitu analisis yang membandingkan atau mengevaluasi kecenderungan (*trend*) rasio keuangan suatu perusahaan dari waktu ke waktu.
3. *Common size analysis* yaitu analisis yang membandingkan seluruh poin pada laporan laba rugi dibagi dengan penjualan dan seluruh poin pada neraca dibagi dengan total aktiva.
4. *DuPont analysis* yaitu analisis yang memperhatikan bagaimana utang, perputaran aktiva dan *profit margin* dikombinasikan untuk menentukan *return on equity* (ROE).

Menurut Sawir (2001: 45–46), Metode analisis laporan keuangan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Analisis Horizontal (Perbandingan Laporan Keuangan)
 Analisis dengan cara membandingkan Neraca dan Laporan Laba Rugi beberapa tahun terakhir secara berurutan. Maksudnya memperoleh gambaran mengenai perubahan-perubahan yang terjadi baik dalam Neraca maupun Laporan Laba Rugi, sehingga dapat diperoleh gambaran selama beberapa tahun terakhir apakah telah terjadi kenaikan atau penurunan.
2. Analisis Vertikal (per komponen)
 Analisis yang dilakukan dengan jalan menghitung proporsi pos-pos dalam Neraca dengan suatu jumlah tertentu dari Neraca atau proporsi dari unsur-unsur tertentu Laporan Laba Rugi dengan jumlah tertentu dari Laporan Laba Rugi.

Dalam menyusun laporan akhir ini, penulis akan menganalisis kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *time series*, yaitu dengan membandingkan atau mengevaluasi kecenderungan rasio keuangan suatu perusahaan dari tahun ke tahun.

Rasio keuangan dibuat untuk menunjukkan hubungan antar akun-akun yang terdapat pada laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi). Menurut Sartono (2001: 114), terdapat 4 (empat) kelompok rasio keuangan, yaitu sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas
 Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendek tepat pada waktunya. Menurut Horne dan Wachowicz (2012) dalam Hanifah (2014: 3), mengatakan bahwa semakin tinggi rasio likuiditas, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar berbagai tagihannya.

a. *Current Ratio*

Current ratio mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek dengan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b. *Acid Test Ratio*

Acid test ratio mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang dengan tidak memperhitungkan persediaan karena dianggap kurang likuid.

$$\text{Acid test ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. *Cash Ratio*

Cash ratio merupakan kemampuan perusahaan dalam menutupi hutang lancar dengan kas dan surat berharga yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Cash ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Surat Berharga}}{\text{Hutang Lancar}}$$

2. Rasio Aktivitas

Rasio ini menunjukkan sejauh mana efisiensi perusahaan dalam menggunakan asset untuk memperoleh penjualan.

a. Periode Pengumpulan Piutang

Periode pengumpulan piutang merupakan rata-rata hari yang diperlukan untuk mengubah piutang menjadi kas. Menurut Sartono (2001: 119), terlalu tinggi periode pengumpulan piutang berarti bahwa kebijakan kredit terlalu bebas, akibatnya timbul *bed-debt* dan investasi dalam piutang menjadi terlalu besar akibatnya keuntungan akan menurun.

$$\text{Periode pengumpulan piutang} = \frac{\text{Piutang} \times 360}{\text{Penjualan Kredit}}$$

b. Perputaran Piutang

Perputaran piutang mengukur perputaran piutang dalam menghasilkan penjualan. Menurut Munawir (1996: 75), mengatakan bahwa semakin tinggi perputaran piutang menunjukkan semakin rendah modal kerja yang ditanamkan pada piutang, dan semakin rendah perputaran piutang berarti ada kelebihan investasi dalam piutang.

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang}}$$

c. Perputaran Persediaan

Perputaran persediaan mengukur perputaran persediaan dalam menghasilkan penjualan.

$$\text{Perputaran persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata rata Persediaan}}$$

d. Perputaran Aktiva Tetap

Perputaran aktiva tetap menunjukkan bagaimana perusahaan menggunakan aktiva tetap dalam menghasilkan penjualan.

$$\text{Perputaran aktiva tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$$

e. Perputaran Total Aktiva

Perputaran total aktiva menunjukkan bagaimana efektivitas perusahaan menggunakan keseluruhan aktiva untuk menciptakan penjualan dan memperoleh laba.

$$\text{Perputaran total aktiva} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

3. Rasio Solvabilitas

Rasio ini menunjukkan kapasitas perusahaan untuk memenuhi hutang baik itu jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Sartono (2001: 121), semakin tinggi rasio solvabilitas maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi, serta menunjukkan proporsi modal kerja sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

a. *Debt Ratio*

Debt ratio menunjukkan total aktiva yang dimiliki perusahaan dibiayai dengan hutang.

$$\text{Debt ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

b. *Debt To Equity Ratio*

Debt to equity ratio mengukur besar kecilnya penggunaan hutang dibandingkan dengan modal sendiri.

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

4. Rasio Profitabilitas

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, *assets*, maupun laba bagi modal sendiri. Menurut Sartono (2001: 123), mengatakan bahwa semakin tinggi rasio profitabilitas berarti semakin baik.

a. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin mengukur laba kotor yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama.

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Net Profit Margin*

Net profit margin mengukur laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama.

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

c. *Return On Investment*

Return on investment menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan aktiva yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Return on investment} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

d. *Return On Equity*

Return on equity mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

e. *Profit Margin*

Profit margin mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan.

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}}$$

f. Rentabilitas Ekonomi

Rentabilitas ekonomi merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aktiva.

$$\text{Rentabilitas ekonomi} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.3 Pengertian Piutang

Menurut Brigham dan Houston (2011) dalam Hanifah (2014: 2), piutang usaha (*account receivable*) adalah saldo yang diterima dari pelanggan.

Menurut Hermawan (2013) dalam Hanifah (2014: 2), piutang adalah hak menagih pemberi uang, jasa atau dana kepada penerima barang, jasa, atau dana yang membentuk hubungan di mana pihak yang membentuk hubungan di mana pihak yang satu berutang dengan pihak yang lain.

Menurut Soemarso (2002) dalam Nurjanah (2012: 7), piutang adalah hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain, menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa ia berpiutang.

Menurut Munir (2005) dalam Nurjanah (2012: 7), piutang dagang adalah tagihan kepada pihak lain (kepada kreditur atau langganan) sebagai akibat adanya penjualan barang dagang secara kredit.

2.4 Jenis Piutang

Menurut Hermawan dan Masyhad (2006) dikutip dalam Hanifah (2014: 2), jenis piutang terdiri dari 3 (tiga) jenis, antara lain:

1. Piutang dagang adalah piutang yang terjadi karena transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Batas waktu pembayaran kredit disesuaikan dengan jangka waktu pelunasan sebagaimana tercantum dalam syarat (termin) penjualan.
2. Piutang wesel atau wesel tagih merupakan pernyataan secara tertulis pihak yang berhutang (debitur) kepada pihak yang memberikan hutang (kreditur) untuk melunasi sejumlah dana pada waktu tertentu di masa yang akan datang.
3. Piutang lain-lain meliputi piutang yang bukan berasal dari penjualan barang dagangan. Misalnya piutang karyawan, piutang bunga, piutang deviden, dan piutang pemegang saham. Piutang lain-lain jangka waktu pembayaran tidak ditentukan, tetapi biasanya dalam jangka waktu panjang.

2.5 Kebijakan Kredit

Menurut Brigham dan Houston (2011) dalam Hanifah (2014: 3), kebijakan kredit (*credit policy*) merupakan sekumpulan aturan yang meliputi periode kredit, diskon, standar kredit, dan prosedur penagihan perusahaan yang ditawarkan.

Kebijakan kredit terdiri dari 4 (empat) variabel, yaitu:

1. Periode kredit (*credit period*) adalah lamanya waktu yang diberikan kepada pembeli untuk membayar pembeliannya. Misalnya, kebijakan kredit mungkin lamanya 30 hari. Pelanggan lebih menyukai periode kredit yang lebih panjang, sehingga memperpanjang periode akan merangsang penjualan.
2. Diskon (*discounts*) adalah pengurangan harga yang diberikan untuk pembayaran lebih awal. Diskon menyebutkan persentase pengurangan dan seberapa cepat pembayaran harus dilakukan agar berhak untuk mendapat diskon.
3. Standar kredit (*credit standards*) mengacu pada kemampuan keuangan yang diminta dari pelanggan kredit yang layak untuk diterima. Faktor-faktor yang dipertimbangkan adalah rasio-rasio seperti rasio utang dan rasio cakupan bunga pelanggan, riwayat kredit, dan sejenisnya.
4. Kebijakan penagihan (*collection policy*) mengacu pada prosedur yang digunakan untuk menagih rekening-rekening yang telah lewat waktu jatuh temponya, termasuk penggunaan pemaksaan atau kelonggaran yang digunakan di dalam proses. Menurut Muriani (2008: 56), jangka waktu penagihan untuk perusahaan konstruksi berdasarkan perputaran piutang yang cukup efektif adalah pada 65 hari.

2.6 Cara Pengumpulan Piutang

Cara pengumpulan piutang menurut Syamsuddin (2002) dalam Nurjanah (2014: 27) adalah sebagai berikut:

- a. Melalui surat. Bila waktu pembayaran utang dari langganan sudah lewat dari tanggal jatuh tempo, tetapi belum juga dilakuka pembayaran maka perusahaan dapat mengirimkan surat dengan nada mengingatkan/menegur langganan yang belum membayar tersebut bahwa utangnya sudah jatuh tempo. Apabila utang tersebut belum juga dibayar setelah beberapa hari surat dikirimkan maka dapat dikirimkan surat yang kedua yang nadanya lebih keras.
- b. Melalui telepon. Jika setelah dikirm surat teguran ternyata utang-utang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelpon langganna dan secara pribadi meminta untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut ternyata langganan mempunyai alasan yang dapat diterima, maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan sampai suatu jangka waktu tertentu.
- c. Kunjungan personal. Teknik pengumpulan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat langganan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha pengumpulan piutang.
- d. Tindakan yuridis. Bilamana ternyata langganan tidak mau membayar utangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

2.7 Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan (Brigham dan Houston dalam Rosyid, 2012: 15). Manajemen dapat mengambil dan menentukan langkah yang tepat untuk meningkatkan profitabilitas di masa yang akan datang dengan berpedoman pada profitabilitas.

Menurut Riyanto (2010: 37), besar kecilnya profit margin pada setiap transaksi penjualan ditentukan oleh 2 (dua) faktor, yaitu penjualan bersih dan laba usaha. Besar kecilnya laba usaha tergantung kepada pendapatan dari penjualan dan besarnya biaya operasional usaha. Dengan demikian, maka ada 2 (dua) alternatif untuk meningkatkan laba usaha atau tingkat profitabilitas perusahaan, yaitu:

1. Meningkatkan pendapatan dengan menaikkan tingkat penjualan melalui jalan memperbesar volume penjualan unit pada tingkat harga penjualan tertentu atau menaikkan harga penjualan per unit produk pada luas penjualan dalam unit tertentu.

2. Menurunkan biaya operasional usaha yang sehubungan dengan operasi atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Menurut El-Diraby (2006) dalam Yousman (2008: 12), mengatakan bahwa bila sebuah perusahaan ingin mendapatkan profit yang maksimum dengan melalui kompetisi yang baik dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

1. Fokus pada *customer*

Fokus pada kesepakatan antar kontraktor dengan kliennya (*owner*) dan mampu memberi nilai tambah merupakan hal yang sangat penting, artinya kelanjutan dari proses bisnis (*suitability*) secara tidak langsung akan mempengaruhi naik turunnya profit perusahaan.

2. Fokus pada sumber daya manusia perusahaan

Adanya fokus pada sumber daya manusia, yang tidak hanya dalam peningkatan kompetensinya melalui training-training, melainkan juga kesejahteraannya merupakan motivasi untuk memberikan hasil yang maksimal. Salah satu prinsip yang perlu dipahami ialah "*Happy employess, who feel wanted are assets, but unhappy employees who are kept in the dark are liabilities*".

3. Peningkatan yang berkelanjutan

Peningkatan yang dilakukan secara terus menerus selalu didasari pengalaman sebelumnya. Adanya indikator kinerja dapat membuat pihak internal maupun eksternal perusahaan semakin jelas tujuan dari setiap langkah-langkah peningkatan pada perusahaan.