

PENGARUH JANGKA WAKTU KREDIT DAN POTONGAN TUNAI TERHADAP PENJUALAN KREDIT PADA PT. STEEL PIPE INDUSTRY DI MALANG

Muhamad Mukhlis, Mifta Rahmawati

Program Studi Akuntansi STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang

ABSTRAK

Penjualan Kredit adalah penjualan dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan. Pada umumnya yang menjadi tujuan setiap perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal, menjaga kelangsungan hidup, dan kesinambungan operasi perusahaan, sehingga mampu berkembang menjadi perusahaan yang besar dan tangguh. Kesuksesan perusahaan dalam bisnis hanya bisa dicapai melalui pengelolaan yang baik, khususnya pengelolaan manajemen keuangan sehingga modal yang dimiliki bisa berfungsi sebagaimana mestinya. Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan ancaman dari pesaing, perusahaan harus memikirkan strategi yang baru dengan tujuan agar target penjualan dapat tercapai oleh suatu persaingan yang harus dihadapi. Strategi yang diharapkan tersebut salah satunya adalah penjualan kredit/piutang dengan ini seseorang atau para konsumen dapat menikmati terlebih dahulu barang yang dibelinya, pada saat bersamaan pelunasannya dapat dilakukan di kemudian hari dan biasanya diangsur.

Variabel dalam penelitian ini adalah jangka waktu kredit (X_1), potongan tunai (X_2) dan penjualan kredit (Y). Sampel penelitian ini adalah 1 tahun data laporan jangka waktu dan potongan tunai di PT. Steel Pipe Industry. Sedangkan data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah jangka waktu kredit dan potongan tunai memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap penjualan kredit.

Kata Kunci : jangka waktu kredit, potongan tunai dan penjualan kredit

PENDAHULUAN

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Ada beberapa macam transaksi penjualan salah satunya penjualan kredit. Penjualan Kredit adalah penjualan dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan (La Midjan; 2001,170)

Pada umumnya yang menjadi tujuan setiap perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal, menjaga kelangsungan hidup, dan

kesinambungan operasi perusahaan, sehingga mampu berkembang menjadi perusahaan yang besar dan tangguh. Kesuksesan perusahaan dalam bisnis hanya bisa dicapai melalui pengelolaan yang baik, khususnya pengelolaan manajemen keuangan sehingga modal yang dimiliki bisa berfungsi sebagaimana mestinya.

Dengan semakin banyaknya pesaing yang sejenis maka suatu perusahaan dituntut agar mampu menganalisa segala sesuatu yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Lingkungan sekitar perusahaan meliputi factor-faktor diluar perusahaan yang dapat memberikan kesempatan atau ancaman terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Faktor-faktor itu cukup banyak macamnya antara lain: Faktor ekonomis, Faktor pemerintah, faktor konsumen, rekanan, dan faktor pesaing.

Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan ancaman dari pesaing, perusahaan harus memikirkan strategi yang baru dengan tujuan agar target penjualan dapat tercapai oleh suatu persaingan yang harus dihadapi. Strategi yang diharapkan tersebut salah satunya adalah penjualan kredit/piutang dengan ini seseorang atau para konsumen dapat menikmati terlebih dahulu barang yang dibelinya, pada saat bersamaan pelunasannya dapat dilakukan di kemudian hari dan biasanya diangsur.

Peningkatan piutang yang diiringi oleh meningkatnya piutang tak tertagih perlu mendapat perhatian. Untuk itu sebelum suatu perusahaan memutuskan melakukan penjualan kredit, maka terlebih dahulu diperhitungkan mengenai pembayaran yang diinginkan, kemungkinan kerugian piutang (piutang tak tertagih) dan biaya-biaya yang akan timbul dalam menangani piutang. Oleh karena itu, pengendalian terhadap piutang merupakan sesuatu yang mutlak dilakukan oleh perusahaan. Sistem pengendalian piutang yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kebijakan penjualan secara kredit. Demikian pula sebaliknya, kelalaian dalam pengendalian piutang bisa berakibat fatal bagi perusahaan

Motivasi peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh jangka waktu kredit dan potongan tunai terhadap penjualan kredit pada PT Steel Pipe Industry di Malang.

PT Steel Pipe Industry, Malang adalah sebuah perusahaan dagang kelas menengah yang bergerak dibidang penjualan barang dagangan untuk agen, dan toko-toko kelas menengah kebawah di Malang dan sekitarnya. Sejak berdirinya perusahaan sampai sekarang juga mengalami pasang surut penjualan. Dalam memasarkan barang dagangannya kepada para konsumennya, PT Steel Pipe Industry Malang melakukan penjualan dalam bentuk tunai dan kredit. Secara umum penjualan tunai tidak mengalami kesulitan karena ketika transaksi disetujui maka uang akan diterima perusahaan dalam waktu yang sama dengan penerimaan barang oleh pembeli. Namun, penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan masih mengalami kesulitan karena penjualan yang dilakukan perusahaan dengan cara menunda pembayaran sampai jangka waktu tertentu kebanyakan perusahaan besar menjual dengan cara kredit. Aliran kas masuk pada penjualan kredit terjadi pada saat tanggal jatuh tempo.

Tabel 1. Data penjualan kredit PT Steel Pipe Industry selama tahun 2017

Bulan	Jumlah
Januari	2,280,560,093
Februari	1,564,564,865
Maret	2,015,648,645
April	3,216,548,975
Mei	4,658,976,458
Juni	6,598,764,861
Juli	8,649,786,486
Agustus	1,236,489,764
September	8,976,432,987
Oktober	6,645,978,613
November	5,135,648,679
Desember	3,964,586,478

Sumber: Bagian keuangan PT Steel Pipe Industry (data sudah diolah)

Dari table diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 data penjualan kredit beberapa bulan mengalami penurunan. Faktor yang punya pengaruh besar adalah besarnya penjualan kredit yang mana faktor ini dipengaruhi oleh potongan penjualan dan jangka waktu kredit yang merupakan bentuk kebijaksanaan perusahaan guna menarik pembeli untuk membeli produknya secara kredit sehingga diharapkan dapat juga memperkecil piutang tak tertagih

Jadi dalam penelitian ini lebih ditekankan pada penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan. Inti dalam penelitian ini lebih menekankan kepada kebijaksanaan perusahaan dalam meningkatkan tingkat penjualan kredit yang dilakukan perusahaan, bagaimana kondisi penjualan kredit dengan adanya kebijaksanaan jangka waktu kredit dan potongan tunai apakah terdapat suatu peningkatan.

Landasan Teori

Dalam bab ini dikemukakan beberapa teori yang akan dipergunakan sebagai landasan dari bab-bab berikutnya. Teori-teori yang dikemukakan berhubungan erat materi yang akan dibahas dalam penelitian dan sebagai alat untuk membahas atau mengkaji pengaruh jangka waktu kredit dan potongan tunai terhadap penjualan kredit.

Materi ini bersumber dari beberapa literature baik dari ilmuwan Indonesia maupun asing yang menyangkut semua literature yang berhubungan erat dengan pembahasan penelitian ini.

Pengertian Penjualan

Menurut Swasta (2005, 12) penjualan adalah suatu ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan penjual dan mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi dengan adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual

dan pembeli.

Pengertian Penjualan Dalam suatu perusahaan dagang maupun jasa, tidak terlepas dari adanya kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan laba bagi perusahaan. Kegiatan yang tujuannya mendapatkan laba dalam suatu perusahaan didapat dari proses penjualan yang dilakukan perusahaan. Adapun pengertian penjualan dapat dilihat dari beberapa pendapat berikut ini, yaitu :

Pengertian penjualan menurut Mulyadi (2001 : 202) yaitu:

“Penjualan adalah Kegiatan berupa menjual barang dan jasa, baik dilakukan secara kredit maupun secara tunai”. Menurut Soemarso S.R (2004 : 160) yaitu:

“Penjualan adalah Transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang, kas aktiva. Dari beberapa pengertian penjualan diatas dapat disimpulkan bahwa Penjualan merupakan kegiatan berupa menjual barang dan jasa yang dilakukan antara dua belah pihak (pembeli dan penjual) yang dapat dilakukan baik secara tunai maupun secara kredit”.

Menurut Syahrul dan Muhammad Ardi Nizar (2000:246) mengemukakan bahwa penjualan adalah :

1. Pertukaran barang atau jasa dengan uang
2. Pendapatan yang diterima dari pertukaran barang atau jasa dan dicatat untuk satu periode akuntansi tertentu, baik berdasarkan cash basis atau accrual basis.
3. Dalam perdagangan surat-surat berharga, suatu perdagangan atau penjualan dilaksanakan apabila pembeli dan penjual sudah menyepakati harga surat-surat berharga tersebut.

Jadi penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barangnya dengan harapan memperoleh laba dari adanya transaksi tersebut. Penjualan dapat diartikan sebagai pemindahan atau pengalihan hak milik atas barang atau jasa dari pihak penjual kepada pihak pembeli yang disertai dengan penyerahan imbalan dari pihak pembeli kepada pihak penjual.

Penjualan Tunai

Menurut Suwardjono (2004, 214) suatu penjualan yang pembayarannya harus dilakukan penuh sebelum atau pada waktu penerimaan barang. Apabila pemindahan hak milik dari penjual kepada pembeli diikuti dengan diterimanya sejumlah uang yang telah disepakati dari pembeli kepada penjual pada saat itu juga. Pengakuan pendapatan penjualan tunai dapat diakui pada saat transaksi terjadi.

Penjualan Kredit

Menurut Suwardjono (2004, 214), penjualan dapat disebut dengan pendapatan. Penjualan ini akan mengakibatkan naiknya modal walaupun tidak langsung ditambah kmodal tetapi ditampung dalam rekening pendapatan. Laba akan diperoleh apabila hasil penjualan lebih besar dari semua pengorbanan yang dilakukan dan memperoleh laba merupakan salah satu tujuan perusahaan.

Berbagai upaya dilakukan agar penjualan meningkat dengan harapan meningkatnya penjualan berakibat meningkatkan laba.

Perusahaan terdorong untuk melakukan alternatif yaitu penjualan kredit karena dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, menyulitkan perusahaan untuk mencapai optimal hanya dengan melakukan penjualan tunai.

Jangka Waktu Kredit

Jangka waktu kredit adalah lamanya perusahaan memberikan kredit atas suatu penjualan sebagai contoh “net” hal ini berarti bahwa perusahaan mengharapkan pembayaran selambat-lambatnya 30 hari terhitung sejak tanggal faktur atas suatu barang yang diserahkan.

Untuk dapat memberikan kepastian jangka waktu pelunasan, maka perusahaan harus menetapkan jangka waktu kredit bagi setiap debitur. Pimpinan perusahaan mengharapkan semakin penjangnya jangka waktu kredit yang ditawarkan perusahaan maka akan menimbulkan daya tarik yang lebih besar pula bagi masyarakat untuk melakukan pembelian secara kredit sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Akan tetapi apabila perusahaan menawarkan jangka waktu kredit lebih panjang maka akan membawa dampak semakin besar pula dana yang tertanam dalam piutang. Untuk itu perusahaan dapat pula memperpendek jangka waktu kredit yang ditawarkan, sehingga perputaran modal kerja perusahaan dapat ditingkatkan dan dana yang tertanam dalam piutang dapat diperkecil. Namun apabila perusahaan menawarkan jangka waktu kredit yang pendek kemungkinan besar perusahaan akan kalah bersaing dengan perusahaan sejenis yang berani menawarkan jangka waktu yang lebih panjang.

Jangka waktu kredit yang ditawarkan perusahaan kepada calon debitur akan memberikan dampak yang berbeda, maka penetapan jangka waktu kredit bagi seorang calon debitur seharusnya sudah diperhitungkan dampak yang mungkin akan terjadi terhadap volume penjualan perusahaan, laba yang mungkin diperoleh dan biaya yang harus dikeluarkan untuk itu semua. (Husnan, 2002, 50)

Potongan Tunai

Potongan tunai timbul karena untuk mengusahakan agar piutang dibayar lebih cepat. Sebagai contoh kredit 2/10 net 30 hari berarti potongan 2% akan diberikan apabila debitur membayar atau melunasi hutangnya paling lambat hari ke 10 setelah tanggal faktur. Apabila langganan tidak ingin memanfaatkan potongan tunai tersebut maka pembayaran harus sudah dilunasi pada hari ke-30. Maka keuntungan yang akan timbul perusahaan adalah meningkatnya volume penjualan dan mengecilkan dana yang tertanam dalam piutang.

Pengaruh Jangka Waktu Kredit Terhadap Penjualan Kredit

Salah satu cara meningkatkan laba perusahaan adalah dengan jalan meningkatkan volume penjualan baik secara kredit maupun tunai. Dengan penjualan secara kredit berarti perusahaan membuka peluang kepada masyarakat

untuk menikmati produk lebih dahulu walaupun mereka belum cukup melunasinya,

Dan untuk memberi kepastian jangka waktu pelunasannya maka perusahaan harus menetapkan jangka waktu untuk setiap debitur untuk melunasinya. Apabila perusahaan memberikan jangka waktu kredit semakin panjang maka akan menimbulkan daya tarik yang lebih besar bagi masyarakat untuk melakukan pembelian secara kredit, namun perusahaan menawarkan jangka waktu kredit lebih panjang maka akan membawa dampak semakin besar pula dana yang tertanam dalam piutang.

Apabila perusahaan memperpendek jangka waktu kredit yang ditawarkan, sehingga perputaran modal kerja perusahaan dapat ditingkatkan dan dana yang tertanam dalam piutang dapat diperkecil. Namun apabila perusahaan menawarkan jangka waktu kredit yang pendek kemungkinan besar perusahaan akan kalah bersaing dengan perusahaan sejenis yang berani menawarkan jangka waktu yang lebih panjang.

Pengaruh Potongan Tunai Terhadap Penjualan Kredit

Para debitur yang bersedia melunasi piutangnya dalam waktu yang sesingkat-singkatnya biasanya perusahaan memberikan sejumlah tertentu potongan tunai, yang jangka waktunya lebih singkat daripada jangka waktu kredit yang telah ditentukan.

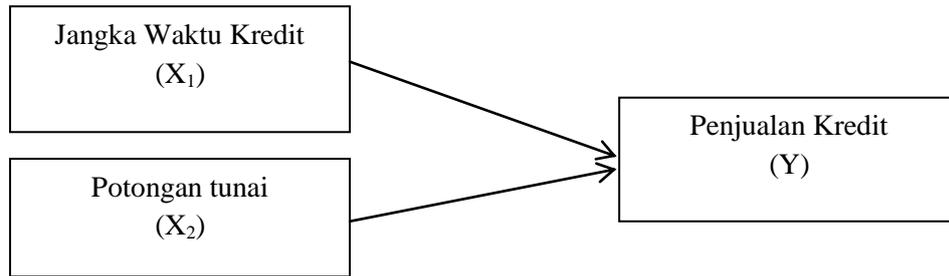
Manfaat yang diterima oleh perusahaan adalah semakin meningkatnya penjualan kredit namun harus dibayar dengan biaya atas potongan tunai yang optimum ditentukan oleh titik dimana biaya yang dikeluarkan sama dengan manfaat yang diterima perusahaan,

Pengaruh Potongan Tunai dan Jangka Waktu Kredit Terhadap Penjualan Kredit

Pengambilan keputusan untuk melakukan penjualan kredit, harus memperhatikan syarat kredit dan cara penilaian kelayakan pelanggan yang akan menerima kredit. Biasanya piutang usaha ditentukan oleh volume penjualan kredit dan periode rata-rata antara penjualan dan penagihan. Kondisi ekonomi dan kebijaksanaan kredit adalah dua faktor utama yang menentukan tingkat volume piutang usaha suatu perusahaan. Tentu saja kondisi berada diluar kendali manajer keuangan. Variabel kebijaksanaan kredit termasuk diantaranya adalah kualitas piutang usaha yang akan disetujui, besarnya potongan tunai, dan lamanya jangka waktu kredit yang akan diberikan. Tetapi dari semua yang disebutkan diatas aspek terpenting adalah Standart kredit dan syarat kredit.

Kerangka Pikir

Dari uraian pengaruh jangka waktu kredit, potongan tunai terhadap penjualan kredit dapat disusun suatu kerangka pikir sebagai berikut:



Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

- a. Bahwa jangka waktu kredit dan potongan tunai secara serempak berpengaruh terhadap penjualan kredit.
- b. Bahwa potongan tunai mempunyai pengaruh yang dominan terhadap penjualan kredit.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu variabel yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasi kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir 2005: 126).

Untuk mempermudah dalam pemecahan masalah-masalah yang ada di dalam perusahaan, perlu diketahui beberapa definisi operasional tentang variabel yang diteliti di PT Steel Pipe Industry Malang. Beberapa definisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X) yaitu:

- a. Yang dimaksud dengan jangka waktu kredit (X_1) adalah lamanya perusahaan memberikan kredit atas suatu penjualan atau suatu tindakan memperpanjang jangka waktu kredit untuk merespon peningkatan penjualan.
- b. Yang dimaksud dengan potongan tunai (X_2) adalah memberi harga khusus atau potongan (*Discount*) kepada para pelanggan yang membayar sebelum jatuh tempo jangka waktu kredit yang ditentukan perusahaan.

2. Variabel Dependen (Y) yaitu:

- a. Yang dimaksud dengan penjualan kredit (Y) adalah suatu persetujuan yang menetapkan bahwa penjualan memindahkan miliknya (barang) kepada pembeli atau pembayaran atas barang atau jasa tersebut tidak diterima secara tunai pada saat terjadinya transaksi penjualan tersebut.

Populasi

Populasi merupakan kelompok subyek / obyek yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik tertentu yang berbeda dengan kelompok subyek/obyek yang lain, dan kelompok tersebut akan dikenakan generalisasi dari hasil penelitian (Sumarsono, 2004: 44). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan jangka waktu dan potongan tunai pada PT Steel Pipe Industry sejak tahun 2008 sampai 2017 dengan alasan untuk memperoleh data lebih mudah dan arena peneliti berasumsi bahwa perusahaan pada tahun 2008 sampai 2017 terlihat peningkatan pembelian. Jadi yang merupakan populasi pada PT Steel Pipe Industry adalah laporan tentang jangka waktu kredit dan potongan tunai di PT Steel Pipe Industry selama 10 tahun

Sampel

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2004 : 323) sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2006: 57). Dalam hal ini sampel yang digunakan adalah jangka waktu kredit dan potongan tunai yang diambil setiap bulan selama setahun dari bulan Januari sampai bulan Desember pada tahun 2017.

Teknik Analisis

Berdasarkan variabel – variabel yang telah diuraikan di muka, maka model regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Penjualan Kredit

X₁ = Jangka waktu kredit

X₂ = Potongan Tunai

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

e = Faktor pengganggu/ variabel error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data mengikuti sebaran normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal dapat dilakukan dengan metode *Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan program SPSS (Sumarsono, 2004 : 40). Berikut adalah hasil dari pengujian normalitas yang disajikan dalam Tabel

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

		jangka_waktu	potongan	Unstandardized Residual
N		12	12	12
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	91.4167	2.1333	.0000055
	Std. Deviation	.79296	.10517	2556705272.11311000
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.352	.148	.118
	Negative	.231	.148	.118
		-.352	-.126	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.221	.511	.408
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102	.956	.996

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 2 hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* terhadap variabel penelitian pada regresi berganda menunjukkan nilai signifikansi $0,99 > 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pada persamaan regresi memiliki distribusi data yang normal.

Analisis dan Pengujian Hipotesis

Berdasarkan pengujian asumsi di atas, terlihat bahwa asumsi-asumsi yang mendasari analisis regresi telah terpenuhi. Selanjutnya akan dijelaskan hasil regresi linier berganda untuk menguji dan membuktikan apakah jangka waktu kredit dan potongan tunai berpengaruh terhadap penjualan kredit di PT Steel Pipe Industry.

Persamaan Regresi

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui dan menguji secara empirik pengaruh jangka waktu kredit dan potongan tunai berpengaruh terhadap penjualan kredit di PT Steel Pipe Industry.

Berikut ini hasil regresi antara jangka waktu kredit dan potongan tunai berpengaruh terhadap penjualan kredit. Nilai estimasi koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-49594070673.696	99207599649.270
jangka_waktu	165925631.534	1075459924.039
Potongan	18634860046.703	8108804871.222

a. Dependent Variable: penjualan_kredit

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = -49594070673.696 + 165925631.534X_1 + 18634860046.703X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut:

α = Konstanta = -49594070673.696

Nilai konstanta β_0 sebesar -49594070673.696 menunjukkan bahwa, apabila variabel jangka waktu kredit (X_1), potongan tunai (X_2), konstan maka penjualan kredit (Y) pada PT Steel Pipe Industry adalah sebesar -49594070673.696

β_1 = Koefisien regresi untuk $X_1 = 165925631.534$

Besarnya nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 165925631.534, nilai (β_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel penjualan kredit (Y) dengan variabel jangka waktu kredit (X_1) yang artinya jika variabel jangka waktu kredit (X_1) maka besarnya nilai variabel penjualan kredit (Y) akan naik sebesar 165925631.534 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya bersifat konstan.

β_2 = Koefisien regresi untuk $X_2 = 18634860046.703$

Besarnya nilai koefisien regresi (β_2) sebesar 18634860046.703, nilai (β_2) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel penjualan kredit (Y) dengan variabel potongan tunai (X_2) yang artinya jika variabel potongan tunai (X_2) maka besarnya nilai variabel penjualan kredit (Y) akan sebesar 18634860046.703 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya bersifat konstan, begitu pula sebaliknya.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F

Untuk mengetahui hasil analisis secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji F dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	42646282748411300000.000	2	21323141374205700000.000	2.669	.123 ^b
Residual	71904160332960500000.000	9	7989351148106720000.000		
Total	114550443081372000000.000	11			

a. Dependent Variable: penjualan_kredit

b. Predictors: (Constant), potongan, jangka_waktu

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil F hitung sebesar 2.669 dengan nilai signifikansi sebesar 0.123. Karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jangka waktu kredit dan potongan tunai secara signifikan tidak berpengaruh terhadap

penjualan kredit. Hasil ini berarti model regresi yang dihasilkan pada penelitian ini tidak berpengaruh secara simultan untuk menguji pengaruh jangka waktu kredit dan potongan tunai secara signifikan tidak berpengaruh terhadap penjualan kredit.

Sehingga hipotesis pertama penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antarajangka waktu kredit dan potongan tunai secara signifikan tidak berpengaruh terhadap penjualan kredit, tidak teruji kebenarannya.

Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh secara parsial variabel-variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikan Uji t kurang dari tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

Tabel 5 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-49594070673.696	99207599649.270		-.500	.629
jangka_waktu	165925631.534	1075459924.039	.041	.154	.881
Potongan	18634860046.703	8108804871.222	.607	2.298	.047

a. Dependent Variable: penjualan_kredit

Berdasarkan tabel 5 dapat dijelaskan bahwa hasil Uji t atau uji signifikansi parameter individual sebagai berikut :

1. Uji t antara variabel jangka waktu kredit (X_1) terhadap penjualan kredit (Y) menghasilkan t hitung sebesar 0,154 dengan nilai signifikansi sebesar 0,881. Karena nilai signifikansi uji t lebih dari tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan Jangka waktu kredit terhadap penjualan kredit.
2. Uji t antara variabel potongan tunai (X_2) terhadap Penjualan kredit (Y) menghasilkan t hitung sebesar 2,298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,047. Karena nilai signifikansi uji t lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan potongan tunai terhadap penjualan kredit.

Hasil pengujian hipotesis dengan Uji t telah menunjukkan bahwa dari ketiga variabel independen dalam penelitian tidak ada yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap penjualan kredit pada PT Steel Pipe Industry.

Pembahasan Hasil penelitian

Berikut ini pembahasan masing-masing pengaruh jangka waktu kredit (X_1), potongan tunai (X_2) terhadap penjualan kredit (Y)

1. Pengaruh Jangka Waktu Kredit (X_1) terhadap Penjualan Kredit

Tingkat signifikan Jangka Waktu Kredit (X_1), sebesar 0,881 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung Jangka Waktu Kredit (X_1) adalah positif yaitu sebesar 0,154. Maka dapat disimpulkan bahwa Jangka Waktu Kredit (X_1) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Penjualan Kredit (Y). Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elviana (2010) yang menyatakan sistem dan prosedur dari penjualan kredit harus diterapkan dengan konsisten, perlu dilakukan pengawasan terhadap sistem akuntansi dan sistem administrasi, meninjau dengan lebih baik dan teliti lagi tentang lokasi dan pekerjaan calon pelanggan.

2. Pengaruh Potongan Tunai (X_2) Terhadap Penjualan kredit

Tingkat signifikansi potongan tunai (X_2), sebesar 0,047 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung potongan tunai (X_2) adalah positif yaitu sebesar 2.298. Maka dapat disimpulkan bahwa potongan tunai (X_2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan Kredit (Y). Hasil penelitian mendukung hasil penelitian terdahulu dari Savitri (1996), yang menyatakan bahwa rentabilitas ekonomis perusahaan menurun telah terbukti / teruji kebenarannya. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan belum melakukan pengendalian perputaran piutang, disamping itu perusahaan juga belum menetapkan *Term Of Credit* yang diberikan kepada langganan sehingga langganan menunda pembayaran, akibatnya perputaran piutang menjadi lambat dari yang ditetapkan dan hal tersebut berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomis perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Jangka waktu kredit ternyata tidak memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam perusahaan melakukan tindakan penjualan kredit. Hal ini terjadi karena panjangnya jangka waktu kredit yang diberikan perusahaan.
2. Jumlah potongan tunai memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam perusahaan melakukan penjualan kredit. Hal ini terjadi karena kurang memadainya jumlah Komite Audit yang dimiliki oleh perusahaan
3. Hasil perhitungan penjualan kredit selama tahun pengamatan menunjukkan hasil bahwa perusahaan masih melakukan tindakan penjualan kredit dengan baik

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh di atas, maka beberapa saran yang dapat diberikan untuk dijadikan sebagai pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya yaitu :

1. Untuk penelitian yang selanjutnya, hendaknya menambah periode waktu penelitian, menggunakan sampel yang lebih besar serta menggunakan variabel yang lebih banyak

2. Bagi pihak perusahaan, diharapkan untuk menerapkan sebuah kebijakan perusahaan dengan hati-hati. Hal ini agar perusahaan mengingat bahwa antara perusahaan dan konsumen saling memiliki kepentingan dan keterikatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, La MidjandanSusanto, 2001, Sistem *Informasi Akuntansi I dan II*, Edisi Ke Sebelas, Lembaga Informatika, Bandung
- Basu Swastadan Irawan, 2005, *Managemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Ghozali, Imam, 2007, *Social Accounting, Socio Economic Accounting ataupun Social Responsibility Accounting* Cerakan Keempat, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Husnan, Suad, 2002, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kasmir, 2002. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Grafindo
- Mulyadi, 2001, *Sistem Akuntansi*, Edisi ke-3, Salemba 4, Jakarta
- Nazir, Moh, 2005, *Metode Penelitian*, Edisi 3, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Riyanto, Bambang, 2008, *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*, Gajah Mada, Yogyakarta.
- Sumarsono, 2004, *Metode Penelitian Akuntansi*, Penerbit Fakultas Ekonomi Akuntansi UPN "Veteran" Malang
- Suwardjono, 2004, *Akuntansi Pengantar*, edisi kedua bagian I, FE UGM BPFE Yogyakarta