

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kas

1. Pengertian Kas

Setiap perusahaan memerlukan kas dalam menjalankan aktivitas usahanya, baik sebagai alat tukar dalam memperoleh barang atau jasa maupun sebagai investasi dalam perusahaan tersebut. Kas merupakan komponen yang berada dalam aktiva lancar dan merupakan aktiva yang paling likuid bagi perusahaan. Manajer keuangan perlu mengelola kas dengan baik, mengingat kas merupakan komponen aktiva yang memiliki nilai strategis dalam hal yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

Menurut Djarwanto, Ps (2004: 37) mengemukakan bahwa kas adalah uang tunai dan alat pembayaran lainnya yang digunakan untuk membiayai operasi perusahaan.

Menurut Gito Sudarmo, I dan Basri (2012: 61) mengemukakan pengertian kas dapat diartikan sebagai nilai uang kontan yang ada dalam perusahaan beserta pos-pos lain yang dalam jangka waktu dekat dapat diuangkan sebagai alat pembayaran kebutuhan finansial, yang mempunyai sifat paling tinggi tingkat likuiditasnya.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2007: 31) kas adalah mata uang kertas dan logam, baik Rupiah maupun valuta asing yang masih berlaku sebagai alat pembayaran yang sah. Dalam hal ini kas adalah termasuk mata uang Rupiah dan valuta asing yang ditarik dari peredaran dan yang masih dalam masa tenggang untuk penukarannya ke Bank Indonesia atau bank sentral negara yang bersangkutan. Sementara itu, pengertian kas tersebut tidak termasuk emas batangan dan uang logam yang diterbitkan untuk memperingati peristiwa nasional.

Menurut Riyanto (2001: 94), kas adalah salah satu unsur modal kerja yang paling tinggi tingkat likuiditasnya, makin besar jumlah kas yang ada di dalam perusahaan berarti makin tinggi tingkat likuiditasnya.

Menurut Stice, dkk. (2004: 495) kas adalah aktiva lancar paling likuid dan terdiri dari bagian yang bertindak sebagai alat pertukaran serta memberikan dasar untuk perhitungan akuntansi.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diketahui bahwa kas merupakan aktiva lancar paling likuid yang sangat penting bagi perusahaan sebagai alat pembayaran yang sah. Dengan kas yang dimiliki, perusahaan dapat membeli barang dagangan dari supplier; lalu menjual kembali barang dagangan tersebut ke pelanggan, yang sebagian besar dilakukan secara kredit, timbullah piutang usaha; piutang usaha ini lalu ditagih (dikonversi) menghasilkan kas; dan seterusnya dimana siklus akan berulang kembali. Banyak sekali transaksi yang baik secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi penerimaan dan pembayaran kas.

Setiap penerimaan dan pengelolaan kas harus dilakukan secara baik. Artinya jangan sampai perusahaan kekurangan uang kas untuk melakukan berbagai keperluan pengeluaran perusahaan. Apabila jumlah kas terlalu kecil akan berbahaya bagi perusahaan, karena akan mengakibatkan hambatan bagi

pengeluaran untuk berbagai pembayaran perusahaan. Dampak kekurangan kas ini cukup besar, misalnya menyangkut kepercayaan kreditor kepada perusahaan, apabila perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya pada saat ditagih. Kemudian dampak lain kemungkinan perusahaan tidak mampu untuk menutupi biaya-biaya yang sudah menjadi beban perusahaan. Kekurangan kas dapat juga menghambat operasi perusahaan karena tidak mampu membeli bahan baku atau membayar gaji karyawan. Sebaliknya apabila uang kas terlalu besar, ketimbang pengeluaran kas yang dibutuhkan juga kurang baik. Artinya, kemungkinan ada uang menganggur sehingga tidak memberikan penghasilan kepada perusahaan. Jadi, arus kas perlu diatur atau dikelola sedemikian rupa agar uang kas tidak terlalu kecil dan tidak terlalu *over* atau berlebihan karena keberadaan kas berkaitan erat dengan likuiditas perusahaan.

2. Faktor Yang Memengaruhi Besarnya Kas

Seiring dengan perubahan kas yang terjadi dalam suatu periode, maka jumlah uang kas juga dari waktu ke waktu akan selalu berubah. Perubahan ini dimulai dari adanya perolehan kas dari berbagai sumber yang dimiliki. Kemudian perubahan juga terjadi dalam penggunaan uang kas untuk berbagai kegiatan perusahaan.

Menurut Kasmir (2010: 195) dalam praktiknya terdapat beberapa faktor yang memengaruhi jumlah uang kas, yaitu:

1. Adanya penerimaan dari hasil penjualan barang dan jasa. Artinya, perusahaan melakukan penjualan barang, baik secara tunai maupun secara kredit. Bila dilakukan secara tunai, maka otomatis langsung berpengaruh terhadap kas. Akan tetapi jika dilakukan secara angsuran, maka perubahan ini akan terjadi untuk beberapa saat ke depan. Perubahan tentunya akan menyebabkan uang kas bertambah.
2. Adanya pembelian barang dan jasa, artinya perusahaan membeli sejumlah barang, baik bahan baku, bahan tambahan, atau barang keperluan lainnya, yang tentunya akan berakibat mengurangi jumlah uang kas.
3. Adanya pembayaran biaya-biaya operasional. Dalam hal ini perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya yang sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk membiayai aktivitas perusahaan, seperti membayar gaji, upah, telepon, listrik, pajak, biaya pemeliharaan yang tentunya akan mengakibatkan uang kas akan berkurang.
4. Adanya pengeluaran untuk membayar angsuran pinjaman. Artinya, jika dalam memperoleh sumber dana perusahaan melakukan pinjaman ke bank atau ke lembaga lain, maka perusahaan tentu akan membayar angsuran (cicilan) pinjaman tersebut, selama beberapa waktu, hal ini tentunya akan mengakibatkan berkurangnya uang kas.
5. Adanya pengeluaran untuk investasi. Hal ini dilakukan bila perusahaan hendak melakukan penambahan kapasitas produksi seperti pembelian mesin-mesin baru, atau pembangunan gedung atau pabrik baru. Hal lain dapat juga terjadi bila perusahaan hendak melakukan ekspansi ke bidang usaha lainnya.

6. Adanya penerimaan dari pendapatan, artinya perusahaan memperoleh tambahan kas dari pendapatan, baik yang berkaitan langsung dengan kegiatan perusahaan maupun pendapatan yang tidak langsung. Jelas bahwa pendapatan ini akan memengaruhi jumlah uang kas.
7. Adanya penerimaan dari pinjaman. Dalam hal ini perusahaan memperoleh sejumlah uang dari lembaga peminjam, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya. Pinjaman ini akan menambah jumlah uang kas dalam periode tersebut.
8. Dan faktor lainnya.

3. Sumber Penerimaan dan Penggunaan Kas

Penerimaan kas atau sumber yang diperoleh harus diseleksi terlebih dahulu, terutama kas yang diperoleh dari sumber pinjaman. Artinya, harus dipilih sumber yang mana yang lebih memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Kasmir (2010: 195) sumber penerimaan kas yang dapat dipenuhi di luar dari pinjaman yang disediakan kreditor, yaitu:

1. Penjualan barang secara tunai. Artinya perusahaan menjual produknya, baik berupa barang maupun jasa dengan pembayaran secara tunai, sehingga menghasilkan uang kas.
2. Pembayaran piutang oleh pelanggan. Dalam hal ini perusahaan harus berupaya untuk mengintensifkan pembayaran piutang dari pelanggan.

Terutama piutang yang sudah jatuh tempo, jangan sampai pelanggan menunggak, sehingga menghambat penerimaan kas.

3. Hasil penjualan aktiva tetap. Kondisi seperti ini jarang terjadi kecuali perusahaan sedang benar-benar mengalami kesulitan. Kalaupun terjadi biasanya aktiva tetap yang dijual diprioritaskan aktiva tetap yang kurang atau sudah tidak produktif lagi.
4. Penjualan saham dalam bentuk kas. Artinya perusahaan mengeluarkan saham yang belum dijual kemudian dilepas ke pemegang saham dengan syarat pembayarannya dilakukan secara tunai.
5. Pengeluaran surat utang jangka pendek. Dalam hal ini perusahaan yang menerbitkan surat utang jangka pendek seperti wesel yang jangka waktunya tidak lebih dari 1 tahun.
6. Pengeluaran surat utang jangka panjang. Artinya perusahaan menerbitkan surat utang yang memiliki jangka waktu lebih dari 1 tahun seperti obligasi.
7. Penerimaan dari sewa. Sumber ini diperoleh perusahaan dari hasil sewa terhadap aktiva yang dimiliki kepada pihak lain dalam waktu tertentu.
8. Penerimaan dari sumbangan. Dalam praktiknya untuk perusahaan komersial penerimaan sumbangan jarang terjadi, namun untuk usaha sosial hal seperti ini sering terjadi.
9. Pengembalian kelebihan pajak. Artinya, adanya kelebihan pembayaran pajak pada masa lalu akibat salah perhitungan dan kemudian dikembalikan ke perusahaan, dan bentuk penerimaan lainnya.

Seperti halnya dengan penerimaan kas, maka penggunaan kas juga terjadi akibat berbagai hal yang harus dikelola secara baik. Berikut ini hal-hal yang menyebabkan berkurangnya uang kas perusahaan, yaitu:

1. Pembelian barang secara tunai, artinya perusahaan membeli sejumlah barang baik barang dagangan untuk perusahaan dagang maupun bahan baku (bahan mentah) untuk industri dimana pembayarannya dilakukan secara tunai (*cash*).
2. Pembayaran biaya seperti gaji dan upah, merupakan pengeluaran untuk kegiatan rutin operasional perusahaan terhadap karyawannya, baik secara bulanan maupun secara mingguan.
3. Pembayaran sewa, hal ini dilakukan apabila perusahaan melakukan penyewaan baik terhadap tanah, gedung, kendaraan, mesin-mesin, atau peralatan lainnya.
4. Pembayaran asuransi, artinya perusahaan mengeluarkan sejumlah dana untuk perlindungan usahanya dalam bentuk premi asuransi.
5. Pembayaran pajak, yaitu banyak yang harus dibayar dan merupakan kewajiban perusahaan baik pajak badan maupun pajak-pajak lainnya yang berkaitan dengan usaha perusahaan.
6. Pembayaran iklan atau promosi lainnya, yaitu biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mempromosikan produk perusahaan agar masyarakat tertarik untuk membelinya.
7. Pembayaran persekot, artinya perusahaan membayar sejumlah uang sebagai uang muka baik terhadap pembelian barang atau pengerjaan suatu kegiatan perusahaan.

8. Pembayaran angsuran pinjaman (pokok + bunga), hal ini dilakukan apabila perusahaan memiliki pinjaman terhadap pihak lain misalnya bank. Biasanya pembayaran angsuran pinjaman dilakukan setiap bulan.
9. Pembelian surat berharga jangka pendek (wesel), dalam hal ini perusahaan membeli surat berharga yang usianya tidak lebih dari 1 tahun seperti wesel atau sertifikat deposito.
10. Pembelian surat berharga jangka panjang, dalam hal ini surat berharga yang dibeli usianya lebih dari 1 tahun, baik berbentuk obligasi maupun saham.
11. Penarikan kembali saham yang beredar, artinya perusahaan membeli saham mereka yang sudah dijual untuk maksud-maksud tertentu.
12. Pengambilan kas oleh pemilik, dalam hal ini pemilik perusahaan mengambil sejumlah uang untuk keperluan tertentu, dan lain-lain.

B. Siklus Konversi Kas

1. Pengertian Siklus Konversi Kas

Setiap barang yang akan dijual harus disiapkan atau diproduksi terlebih dahulu. Penyiapan barang tersebut membutuhkan dana untuk membeli bahan/barang, membayar upah, biaya produksi tidak langsung serta biaya operasi (biaya administrasi umum dan biaya penjualan) dan biaya-biaya lainnya. Siklus konversi kas (*cash conversion cycle-CCC*) adalah lamanya waktu semenjak pembayaran sumber daya produksi sampai kas masuk dari hasil penagihan piutang (Sitanggang, 2012: 122).

Siklus konversi kas akan semakin baik apabila waktunya semakin pendek, sehingga perusahaan tidak mengeluarkan biaya banyak dalam produksinya. Hal tersebut akan mempengaruhi laba perusahaan, karena semakin lama siklus konversi kas maka akan semakin besar biaya kebutuhan operasional perusahaan.

Pada umumnya salah satu upaya yang dilakukan perusahaan dalam menarik minat beli konsumen untuk memenangkan persaingan terhadap perusahaan lain yaitu dengan melakukan penjualan kredit atau yang biasa disebut piutang. Piutang terjadi karena adanya penjualan barang atau jasa secara kredit, bisa juga melalui pemberian pinjaman. Penjualan secara kredit ini sengaja dilakukan perusahaan untuk memperluas pasar dan memperbesar hasil penjualan, sehingga dapat menimbulkan beberapa keuntungan dalam bentuk:

- a. Kenaikan hasil penjualan.
- b. Kenaikan laba. Hal ini adalah sebagai akibat dari kenaikan dalam hasil penjualan sehingga menimbulkan kenaikan pada laba perusahaan.
- c. Memenangkan persaingan. Dalam dunia bisnis saat ini maka hampir semua perusahaan politik penjualan kredit ini. Oleh karena itu untuk menjaga posisi perusahaan di dalam persaingan maka haruslah dilakukan politik penjualan kredit tersebut, apabila tidak ingin merosot dalam posisi persaingan di pasar. Politik penjualan kredit yang agresif akan dapat merangsang minat calon konsumen yang memungkinkan untuk memakai dan menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli, sehingga pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan membayar sisanya nanti dikemudian hari.

Kebijakan penagihan piutang yang efektif dan tepat waktu sangat penting untuk diterapkan, sehingga dapat mengurangi risiko terganggunya likuiditas perusahaan akibat piutang tak tertagih. Bagi perusahaan, persediaan barang merupakan aset yang sangat penting baik dalam jumlah maupun peranannya dalam kegiatan perusahaan. Persediaan juga merupakan salah satu dari unsur-unsur yang paling aktif dalam operasi perusahaan yang secara kontinue diperoleh atau diproduksi dan dijual, persediaan menjadi lebih penting dan perlu diperhatikan karena mempunyai nilai yang lebih tinggi dibanding dengan harta lainnya.

Pada umumnya persediaan pada perusahaan manufaktur atau perusahaan industri biasanya terdiri dari bahan baku (*raw material*), barang dalam proses (*work in process*) dan barang jadi (*finished goods*). Perputaran persediaan merupakan proses dimana perusahaan dapat mengubah bahan baku menjadi barang dalam proses dan akhirnya menjadi barang jadi. Besar kecilnya persediaan bahan baku tergantung pada *schedule* pembelian dan *schedule* produksi. Jumlah persediaan barang dalam proses ditentukan oleh lamanya bahan baku dalam proses sampai barang jadi sementara dan besar kecilnya persediaan barang jadi tergantung pada *schedule* produksi dan *schedule* penjualan. Periode perputaran persediaan akan semakin efektif apabila waktu pemrosesan barang semakin cepat, karena semakin lama periode penyimpanan persediaan menunjukkan perputaran persediaan yang kurang lancar, hal tersebut mengacu pada likuiditas perusahaan.

Lamanya perputaran atas penagihan piutang dan investasi pada persediaan menggambarkan panjangnya siklus operasi perusahaan. Konsep siklus operasi ini

sendiri dikelompokkan menjadi dua periode yaitu periode penagihan piutang (*receivables collection period*) dan periode konversi persediaan (*inventory conversion period*). Siklus operasi adalah lamanya waktu yang dibutuhkan mulai dari memesan bahan/barang sampai dengan penerimaan kas. Perbedaan waktu antara siklus operasi dengan siklus konversi kas terletak pada lamanya periode penangguhan utang dagang/usaha (*payable deferral period*).

Perusahaan-perusahaan besar akan lebih banyak membutuhkan dana, sehingga terkadang dana internal perusahaan tidak mencukupi untuk menjalankan operasi perusahaan dan kecenderungan menggunakan dana yang bersumber dari eksternal perusahaan semakin besar. Di sisi lain, perusahaan-perusahaan kecil secara umum tidak memiliki posisi yang kuat terhadap persoalan hutang, karena kapasitas terhadap pinjaman dibatasi. Nilai hutang usaha perusahaan tidak akan berubah sampai dilakukannya pembayaran atas pembelian yang terjadi. Periode pembayaran hutang usaha merupakan lamanya waktu (dalam hari) pembelian persediaan secara kredit dan pembayaran secara tunai untuk penjualan barang. Sehingga siklus konversi kas merupakan siklus operasi dikurangi periode pembayaran hutang usaha.

Berdasarkan definisi di atas, siklus konversi kas yang baik apabila rentang waktu antara pengeluaran kas perusahaan untuk membayar sumber daya produktif (bahan baku dan tenaga kerja) dan penerimaan kasnya sendiri dari penjualan produk semakin pendek, karena lamanya siklus konversi kas akan berdampak pada laba perusahaan. Semakin lama siklus konversi kas berarti semakin lama dana terikat pada piutang dagang yang berakibat pada biaya dana dan demikian

sebaliknya semakin pendek siklus konversi kas akan meningkatkan laba perusahaan.

2. Model Siklus Konversi Kas

Model siklus konversi kas berfokus pada rentang waktu yang terjadi ketika perusahaan melakukan pembayaran dan menerima arus kas masuk. Menurut Brigham dan Houston (2006: 133) model siklus konversi kas ini menggunakan beberapa istilah sebagai berikut:

a. Periode Penerimaan Piutang (*Receivables Conversion Period*)

Periode penerimaan piutang adalah rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk mengonversi piutang perusahaan menjadi kas, yaitu untuk menerima kas setelah terjadi penjualan. Periode penerimaan piutang disebut juga jumlah hari penjualan belum tertagih (*days sales outstanding*), dan dihitung dengan membagi piutang oleh rata-rata penjualan kredit perhari.

$$\text{Periode Penerimaan Piutang} = \frac{\text{Piutang}}{\text{Penjualan}/365\text{hari}} = \dots \text{Hari} \dots \dots \dots (2.1)$$

b. Periode Konversi Persediaan (*Inventory Conversion Period*)

Periode konversi persediaan adalah rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk mengonversi bahan baku menjadi barang jadi dan kemudian menjual barang tersebut. Periode konversi persediaan dihitung dengan membagi persediaan oleh jumlah penjualan perhari.

$$\text{Periode Konversi Persediaan} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{HPP}/365\text{hari}} = \dots \text{ Hari} \dots\dots\dots (2.2)$$

c. Periode Penangguhan Utang (*Payables Deferal Method*)

Periode penangguhan utang adalah rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk membeli bahan baku dan tenaga kerja serta pembayarannya.

$$\text{Periode Penangguhan Utang} = \frac{\text{Utang}}{\text{HPP}/365\text{hari}} = \dots \text{ Hari} \dots\dots\dots (2.3)$$

Berdasarkan model siklus konversi kas di atas, maka dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Siklus konversi kas} = \text{Periode penerimaan piutang} + \text{Periode konversi persediaan} - \text{Periode penangguhan utang} \dots\dots\dots (2.4)$$

3. Mempersingkat Siklus Konversi Kas

Perusahaan dengan mempersingkat siklus konversi kas akan membantu mengurangi biaya operasional yang berlebihan. Menurut Sitanggang (2012: 123) usaha memperpendek siklus konversi kas dapat dilakukan dengan cara mengendalikan 3 periode yang diperhitungkan, yaitu:

- a. Memperpendek periode penagihan piutang dengan cara mempercepat penjualan dan penagihan piutang.
- b. Memperpendek periode konversi persediaan dengan cara mempercepat proses produksi.

- c. Memperpanjang periode penangguhan utang usaha dengan memperlambat pembayaran yang dilakukan selama memperpanjang periode tidak dikenakan denda.

C. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Dalam dunia perdagangan, faktor kunci yang sangat menentukan dalam mendukung aktifitas usaha adalah penjualan. Faktor inilah yang menjadi kunci sekaligus indikator apakah sebuah usaha perdagangan dapat dikatakan mengalami kemajuan atau kemunduran. Bahkan bila dikaitkan dengan proses produksi dalam suatu perusahaan, hampir bisa dipastikan tanpa adanya penjualan atau pemasaran dari produk yang dihasilkan, perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

Penjualan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2007: 23) dalam Standar Akuntansi Indonesia penjualan adalah memindahkan risiko secara signifikan dan tetap memindahkan manfaat kepemilikan barang kepada pembeli.

Mulyadi (2001: 204), penjualan adalah usaha menyampaikan produk perusahaan kepada mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai

sasarannya dengan tujuan untuk mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik.

2. Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Pada perusahaan dagang, penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan. Besarnya pendapatan perusahaan sangat ditentukan oleh besar kecilnya penjualan.

Penjualan yang direncanakan tentunya harus disertai dengan target laba yang diinginkan yang akan menambah kas perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan konsisten dalam aktivitas penjualannya. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang baik adalah perusahaan yang keuntungan atas penjualannya lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya, sehingga secara langsung juga akan menambah kas perusahaan. Jika pertumbuhan penjualan per tahun meningkat, investor akan percaya terhadap emiten, bahwa emiten akan memberikan keuntungan di masa depan.

Tujuan umum dalam penjualan bagi suatu perusahaan ada 3 (tiga) yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan penjualan

Upaya-upaya untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksanaan penjualan atau para penjual. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama diantara fungsianoris dalam perusahaan (seperti bagian produksi, yang membuat produksinya dan bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerjanya, bagian promosi dan sebagainya). Namun demikian tetap menjadi tanggung jawab dari pimpinan harus mengkoordinasi semua fungsi dengan baik. Dengan demikian untuk mencapai ketiga tujuan tersebut dengan baik, haruslah disertai dengan tingkat produktifitas penjualan yang setinggi-tingginya.

Rendahnya produktifitas penjualan secara teoritis merupakan salah satu sebab yang dapat menimbulkan kurangnya kemampuan untuk mendapatkan keuntungan. Disamping itu, rendahnya produktifitas penjualan berarti jumlah produk akan berkurang dan keadaan ini akan menyebabkan meningkatnya biaya produksi per unit dari produk yang dihasilkan sehingga akhirnya akan mengurangi daya saing di pasar dimana banyak perusahaan yang menghasilkan produk yang sama.

Adapun rumus pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_{t_0} - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.5)$$

D. *Return Spread*

Menurut Pardosi (2009) *Return spread* adalah selisih antara profitabilitas perusahaan dengan suku bunga bank jika *spread* tersebut tinggi maka likuiditas juga tinggi. Pada kondisi *spread* tinggi berarti perusahaan memperoleh profit yang lebih besar dibanding suku bunga bank, artinya perusahaan lebih baik menggunakan dananya untuk mendanai kegiatan investasinya daripada menyimpan dananya di bank. Kegiatan investasi pada umumnya memerlukan dana yang relatif besar, dan perusahaan harus menyediakan dana untuk itu jika tidak ingin memperbesar ketergantungannya pada dana eksternal. Jika *spread* tinggi maka manajer akan mempertinggi likuiditas agar dana yang berada di kas juga tinggi, dengan harapan dana tersebut akan dapat digunakan untuk mendanai investasi ketika suatu saat diperlukan, karena dengan melakukan investasi tersebut perusahaan akan memperoleh laba yang lebih tinggi jika dibandingkan dananya hanya disimpan di bank.

Return spread merupakan selisih antara *return* yang dihasilkan oleh aset perusahaan (ROA) dengan *return* bebas risiko yang diproxy dengan suku bunga bank (SBI).

Return spread dapat dihitung dengan menggunakan cara sebagai berikut:

$$\text{Return Spread} = \text{return aset yang dihasilkan perusahaan (ROA)} - \text{suku bunga bank (SBI)} \dots\dots\dots (2.6)$$

E. Likuiditas

Likuiditas merupakan ukuran kinerja perusahaan dalam kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang segera harus dilunasi yaitu kewajiban keuangan yang jatuh temponya sampai dengan 1 tahun. Untuk memenuhi kewajiban tersebut, manajemen harus mempersiapkan aset yang benar-benar siap menjadi uang kas dalam waktu dan jumlah yang sesuai.

Menurut Kasmir (2010: 110) Fred Weston menyebutkan bahwa rasio likuiditas (liquidity ratio) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, maka akan mampu untuk memenuhi utang (membayar) tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo.

Menurut Syamsuddin (2009: 41) likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Likuiditas tidak hanya berkenaan dengan keadaan keseluruhan keuangan perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuannya untuk mengubah aktiva lancar tertentu menjadi uang kas.

Dalam mengelola keuangan, salah satu unsur yang perlu diperhatikan adalah seberapa besar perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan untuk operasi dan mengembangkan usahanya. Perusahaan dapat

memperoleh dana dari internal perusahaan (modal sendiri) atau dari eksternal perusahaan (kredit) untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut.

Rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuid suatu perusahaan. Caranya dengan membandingkan seluruh komponen (nilai dalam jumlah uang) yang ada di aktiva lancar dengan komponen di pasiva lancar (utang jangka pendek). Rasio ini juga merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk membayar utang-utang (kewajiban) jangka pendeknya yang jatuh tempo.

1. Meningkatkan Tingkat Likuiditas

Menurut Riyanto (2001: 28) apabila kita mengukur tingkat likuiditas dengan menggunakan *current ratio* sebagai alat ukurnya, maka tingkat likuiditas atau *current ratio* suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan cara sebagai berikut:

- a. Dengan utang lancar (*current liabilities*) tertentu, diusahakan untuk menambah aktiva lancar (*current assets*).

Transaksi-transaksi yang dapat menambah aktiva lancar dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Menjual aktiva tetap

Hasil dari penjualan aktiva tetap digunakan untuk menambah aktiva lancar, misalnya dengan disimpan sebagai kas, disimpan di bank, dibeli *marketable securities* atau dibeli bahan mentah.

2. Mendapatkan tambahan modal sendiri

Hasil dari tambahan modal sendiri digunakan untuk menambah aktiva lancar.

3. Mendapatkan tambahan utang jangka panjang

Hasil dari tambahan utang jangka panjang digunakan untuk menambah aktiva lancar.

- b. Dengan aktiva lancar tertentu, diusahakan untuk mengurangi jumlah utang lancar. Transaksi-transaksi yang dapat mengakibatkan turunnya atau berkurangnya utang lancar pada dasarnya adalah sama seperti transaksi-transaksi yang dapat menaikkan aktiva lancar. Tetapi, tambahan dana tidak digunakan untuk menambah aktiva lancar melainkan digunakan untuk membayar atau mengurangi utang lancar.

1. Menjual aktiva

Hasil dari penjualan aktiva tetap digunakan untuk melunasi atau membayar utang lancar.

2. Mendapatkan tambahan modal sendiri

Hasil dari tambahan modal sendiri digunakan untuk mengurangi utang lancar.

3. Mendapatkan tambahan utang jangka panjang

Hasil dari tambahan utang jangka panjang digunakan untuk mengurangi utang lancar.

- c. Dengan mengurangi jumlah utang lancar bersama-sama dengan mengurangi aktiva lancar. Dengan adanya transaksi yang menyangkut kedua *current*

accounts tersebut akan dapat mengakibatkan perubahan *current ratio*. Misalnya dengan mengurangi aktiva lancar digunakan untuk mengurangi utang lancar.

Mengingat bahwa *current ratio* adalah perbandingan antara aktiva lancar dengan utang lancar, maka setiap transaksi yang mengakibatkan perubahan jumlah pada aktiva lancar, utang lancar, atau kedua-duanya akan dapat mengakibatkan perubahan *current ratio* yang berarti akan mengakibatkan perubahan tingkat likuiditasnya.

2. Menilai Likuiditas

Untuk mengukur rasio likuiditas dapat digunakan beberapa rasio sebagai berikut:

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan.

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.7)$$

Aktiva lancar adalah semua aset yang mempunyai tingkat kemudahan untuk menjadi uang, paling tidak dalam kegiatan operasi perusahaan dapat menjadi

uang tidak lebih dalam waktu 1 tahun. Aset dalam kelompok ini secara umum terdiri dari uang kas dan yang setara dengan uang kas (deposito sampai 1 tahun), surat-surat berharga yang mudah untuk diperjualbelikan (*marketable securities*), piutang dagang (*accounts receivable*) dan persediaan barang (*inventory*). Sedangkan, utang lancar adalah semua kewajiban yang harus dilunasi paling tidak dalam tempo 1 tahun. Kewajiban ini secara umum terdiri dari: utang usaha/dagang (*accounts payable*); upah terutang; pajak terutang; wesel bayar dan utang bank jangka pendek. Rasio lancar dianggap baik apabila nilainya sama dengan dua (Syamsuddin, 2009: 44).

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio/Test-acid Ratio*)

Rasio cepat merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*), dengan cara dikurangi dari nilai total aktiva lancar. Hal ini dilakukan karena persediaan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan, apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya.

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.8)$$

Persediaan pada umumnya merupakan aset lancar perusahaan yang paling tidak likuid dimana kemungkinan besar akan terjadi kerugian jika terjadi likuidasi. Rasio cepat yang umumnya dianggap baik adalah sama dengan satu (Syamsuddin, 2009: 45).

c. *Net Working Capital*

Rasio ini merupakan selisih antara aktiva lancar (*current assets*) dengan utang lancar (*current liabilities*).

$$\mathbf{Net\ Working\ Capital = Aktiva\ Lancar - Utang\ Lancar \dots\dots\dots (2.9)}$$

Jumlah net working capital ini akan lebih berguna untuk kepentingan pengawasan intern di dalam suatu perusahaan daripada digunakan sebagai angka pembanding dengan perusahaan lain.

F. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori *signalling* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Hartono, 2005). Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Hartono, 2005).

Pada penelitian ini perusahaan yang berkualitas baik nantinya akan memberi sinyal dengan cara menyampaikan laporan keuangannya agar dapat diketahui secara publik perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang likuid atau *illikuid*. Siklus konversi kas yang singkat menandakan tingkat likuiditas yang tinggi pada perusahaan sehingga informasi yang diberikan perusahaan kepada pasar agar masyarakat atau investor mengetahui bahwa perusahaan tersebut likuid.

Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pasar mengenai produk-produk yang dihasilkan agar masyarakat membeli produk tersebut sehingga tingkat pertumbuhan penjualan meningkat dan akan berpengaruh pada likuiditas perusahaan. Tingkat pertumbuhan penjualan yang baik apabila keuntungan yang dihasilkan perusahaan tahun yang sedang berlangsung lebih besar dibandingkan dengan keuntungan tahun sebelumnya. Tingkat *spread* (selisih) yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi pula sehingga dengan keuntungan tersebut dapat digunakan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajiban jangka pendek yang sudah jatuh tempo.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lyroudi dan Lazaridis (2000) dengan judul *The Cash Conversion Cycle And Liquidity Analysis Of The Food Industry In Greece*, dalam penelitiannya diambil sample sebanyak 885 perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman di Yunani pada tahun 1997. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, analisis korelasi serta T-test dua sampel independen. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa siklus konversi kas berpengaruh positif terhadap likuiditas (*current ratio* dan *quick ratio*), siklus konversi kas berpengaruh positif terhadap profitabilitas, siklus konversi kas berpengaruh negatif terhadap rasio *leverage* dan siklus konversi kas berpengaruh negatif terhadap ukuran perusahaan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Syarief (2010) dengan judul *Cash Conversion Cycle Dan Analisis Likuiditas Perusahaan*. Penelitian ini mengambil populasi seluruh perusahaan yang tergabung pada sektor *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia dengan metode *purposive sampling* untuk penarikan sampelnya, yaitu seluruh perusahaan yang muncul secara berturut-turut pada periode penelitian 2005-2009 dengan total perusahaan yang didapat adalah 18 perusahaan. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan korelasi Spearman Rho. Hasil dari nilai korelasi Spearman Rho menyatakan *Current Ratio* dapat digunakan sebagai indikator dari posisi likuiditas yang baik, tetapi hal yang harus diwaspadai adalah adanya hubungan positif dan linier antara *Current Ratio* dan siklus konversi kas yang akan mengimplikasikan adanya investasi modal kerja yang cukup besar pada siklus konversi kas yang pada akhirnya akan menyebabkan kesulitan likuiditas di masa yang akan datang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Pindo (2010) dengan judul *Analisis Pengaruh Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Perusahaan*. Penelitian ini menganalisis pengaruh siklus konversi kas terhadap kinerja perusahaan yaitu likuiditas (*Current Ratio* dan *Quick Ratio*) dan profitabilitas (ROA dan ROI) dengan sampel penelitian sebanyak 15 perusahaan *Wholesale and Retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2005 hingga 2009. Analisis data yang digunakan adalah metode regresi linier sederhana. Dari hasil uji yang dilakukan menunjukkan secara parsial siklus konversi kas berpengaruh positif signifikan terhadap likuiditas dan profitabilitas. Penelitian pada perusahaan *Wholesale and Retail* ini menyatakan bahwa semakin panjang siklus konversi

kas maka tingkat likuiditas dan profitabilitas perusahaan semakin tinggi dan sebaliknya semakin pendek siklus konversi kas maka tingkat likuiditas dan profitabilitas perusahaan semakin menurun.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Deitiana (2011) dengan judul Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividen Terhadap Harga Saham. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia pada periode 2004-2008. Hasil perhitungan penelitian ini mengemukakan angka signifikansi sebesar 0,282 maka H_1 tidak terdukung, artinya tidak ada pengaruh variabel likuiditas terhadap variabel harga saham. Angka signifikansi H_2 sebesar 0,001 maka H_2 diterima, artinya ada pengaruh variabel profitabilitas terhadap variabel harga saham. Sedangkan angka signifikansi H_3 sebesar 0,403 maka H_3 tidak terdukung, artinya tidak ada pengaruh variabel pertumbuhan penjualan terhadap variabel harga saham. Dari hasil perhitungan dilihat angka signifikansi sebesar 0,758 maka H_4 tidak terdukung, artinya tidak ada pengaruh variabel dividen terhadap variabel harga saham. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham. (2) Likuiditas, dividen dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap harga saham.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Andina (2012) dengan judul Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Penjualan Dan Perputaran Piutang Terhadap Likuiditas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian menggunakan desain penelitian kausal dengan jumlah sampel 16 perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data

periode tahun 2008-2010. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan uji t dan uji F. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan dan tingkat perputaran piutang secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap tingkat likuiditas perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Sinaga (2011) dengan judul Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan *Return Spread* Terhadap Tingkat Likuiditas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia, dengan menggunakan variabel independen perputaran modal kerja dan *Return Spread*. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode tahun 2007-2009. Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 18 perusahaan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa secara simultan perputaran modal kerja dan *Return Spread* berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

H. Kerangka Pemikiran

Perusahaan yang baik dapat dilihat dari laporan keuangannya yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut likuid atau *illikuid*. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel yang diduga berpengaruh terhadap likuiditas perusahaan otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun variabel-

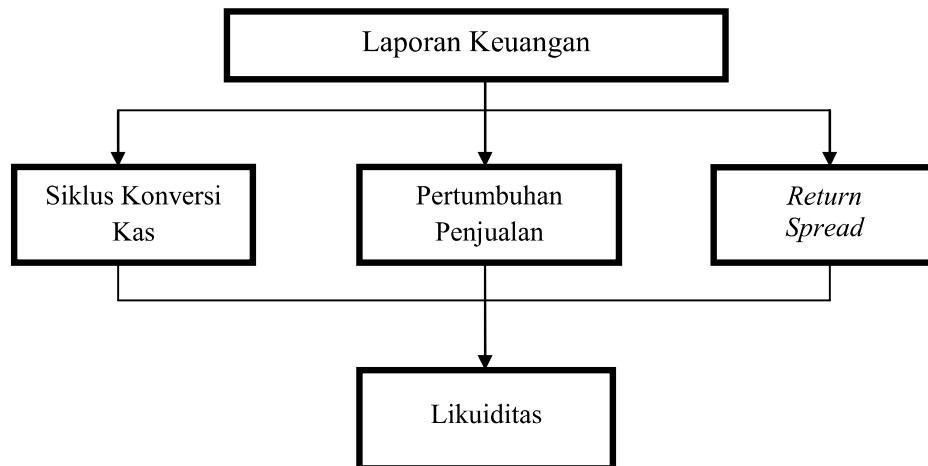
variabelnya adalah: Pertama adalah siklus konversi kas, siklus konversi kas merupakan rentang waktu ketika perusahaan menggunakan kas untuk membeli bahan baku, lalu diolah menjadi barang jadi untuk kemudian dijual agar perusahaan dapat memperoleh kas kembali. Penjualan tersebut dapat dilakukan secara tunai maupun kredit, apabila perusahaan melakukan penjualan secara kredit menandakan perusahaan memperoleh kas dengan cara menagihkan piutang-piutangnya. Secara logika hubungan siklus konversi kas dengan tingkat likuiditas perusahaan bersifat positif atau searah. Hal ini berarti jika siklus konversi kas meningkat maka tingkat likuiditas perusahaan juga meningkat atau sebaliknya. Semakin singkat siklus konversi kas maka semakin cepat perusahaan mendapatkan kas, dengan kas tersebut perusahaan dapat membayar kewajiban-kewajiban jangka pendek perusahaan yang sudah jatuh tempo sehingga perusahaan dapat menjaga likuiditasnya.

Kedua adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan penjualan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi besarnya pendapatan perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang baik adalah perusahaan yang keuntungan atas penjualannya lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan yang terjadi menandakan semakin cepat perputaran persediaan perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat keuntungan yang didapatkan perusahaan, dengan keuntungan tersebut likuiditas perusahaan tetap dapat terjaga.

Ketiga adalah *Return Spread* yang merupakan selisih antara tingkat profitabilitas perusahaan (ROA) dengan suku bunga bank (SBI). Apabila tingkat *spread* tinggi maka manajer perusahaan akan mempertinggi likuiditas sehingga dana yang berada pada kas juga tinggi, agar dana tersebut dapat digunakan untuk modal tambahan bagi perusahaan dibandingkan hanya disimpan di bank. Dana tersebut yang kemudian diolah perusahaan sebagai modal tambahan untuk menghasilkan kas kembali dan digunakan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek yang sudah jatuh tempo.

Perusahaan yang dapat menjaga likuiditasnya akan memberikan informasi kepada pasar, sehingga pasar dapat mengetahui bahwa perusahaan tersebut berkualitas baik. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang sudah dijabarkan, kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 2.1 berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

1. Ho : Siklus konversi kas berpengaruh tidak signifikan terhadap likuiditas.
Ha : Siklus konversi kas berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.
2. Ho : Pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap likuiditas.
Ha : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.
3. Ho : *Return spread* berpengaruh tidak signifikan terhadap likuiditas.
Ha : *Return spread* berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.
4. Ho : Siklus konversi kas, Pertumbuhan penjualan, *Return spread* secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap likuiditas.
Ha : Siklus konversi kas, Pertumbuhan penjualan, *Return spread* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.