

ANALISA STRATEGI ALL FINANCIAL MANAGEMENT PADA PERBANKAN INDONESIA DI ERA GLOBAL

Masyhadi

Email: masyhadi.mau@gmail.com

IAI Al Khoziny Buduran Sidoarjo

Abstrak

Perbankan di Indonesia terdiri dari bank pemerintah, bank swasta nasional dan bank swasta asing dengan pola manajemen yang berbeda-beda disesuaikan dengan kondisi dan kebijakan yang diterapkan. Masyarakat di era global ini mulai peka dan cerdas terhadap perkembangan perbankan yang dapat diakses secara kemajuan teknologi maupun strategi pemasaran yang dilakukan masing-masing bank. Membahas perbankan maka akan terkait dengan pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan sangatlah penting mengingat kesalahan didalam menentukan anggaran maupun aplikasi penggunaan uang akan berdampak pada kerugian yang harus ditanggung oleh perusahaan. Setiap bagian atau departemen tidak akan pernah lepas dari bagian keuangan untuk itu pada bagian ini diperlukan orang yang teliti, jujur, serta mampu mengelola keuangan dengan baik. Penerapan strategi pengelolaan menyeluruh manajemen keuangan (all financial management) harus mampu membuat skala prioritas pada saat dana terbatas sementara kebutuhan relatif banyak.

Strategi all financial management merupakan pola manajemen keuangan dengan sistem dan pengelolaan serta pengaturan aktivitas sebuah bank maka sistem perbankan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk mendapatkan dana dari nasabah, kreditur dan debitur bank dengan pola pembiayaan serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien dan efektif. Mengingat fungsi manajemen keuangan, maka kedudukan manajemen keuangan dapat dikatakan berada pada posisi sentral. Makin canggihnya teknologi yang pesat dari sektor-sektor local1a keuangan dan teknologi memberikan tanda adanya kebangkitan ekonomi. Geliat ekonomi nampaknya belum dirasakan oleh sebagian perbankan swasta. Dalam menghadapi persaingan bisnis secara global tak jarang para pelaku bisnis melakukan segala cara agar dapat bertahan di tengah persaingan global saat ini tak pelak bermunculan kasus-kasus kriminal perbankan sehingga kehilangan trust dari masyarakat

Persaingan perbankan menjadi sebuah tantangan bagi semua perbankan yang ingin masuk ke pasar global terutama bank-bank swasta nasional maupun asing harus dapat strategi all financial management mulai dari manajemen modal kerja, manajemen kas dan surat berharga, manajemen arus kas masuk dan keluar, manajemen piutang, manajemen persediaan, manajemen pendanaan jangka pendek dan menengah, kebijakan kredit hingga strategi pemasaran yang diterapkan sebuah bank karena dengan adanya globalisasi, perbankan dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran global sehingga akan berdampak pada keunggulan bersaing di pasar local, yaitu pasar tempat produk perbankan masing-masing bank dipasarkan. Setiap bank memiliki karakteristik yang beragam sehingga setiap bank harus pula mengamati permintaan pasar local terhadap produk-produk perbankan yang dijual. Dengan adanya permintaan yang memiliki karakteristik berbeda, maka penerapan strategi manajemen keuangan menyeluruh termasuk pemasaran bagi masing-masing bank harus sesuai dengan kondisi pelaku terlibat dan pasar.

Kata Kunci: Strategi All Financial Management, Perbankan, Era Global

PEMBAHASAN

Manajemen Modal Kerja

Manajemen modal yang berkenaan dengan *management current account* perusahaan (aktiva lancar dan utang lancar). manajemen modal kerja ini merupakan salah satu aspek terpenting dari perusahaan manajemen pembelanjaan perusahaan. macam pengertian tentang modal: *Non Working Capital* Dana yg tidak menghasilkan *current income* atau jika menghasilkan *current income* tidak sesuai dengan maksud utama didirikannya perusahaan tersebut Menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland Modal kerja adalah selisih antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Dengan demikian modal kerja merupakan investasi dalam kas, surat-surat berharga, piutang dan persediaan dikurangi hutang lancar yang digunakan untuk melindungi aktiva lancar.¹

1. Tujuan manajemen modal kerja

Tujuan dari manajemen modal kerja adalah untuk mengelola masing-masing pos aktiva lancar dan utang lancar sedemikian rupa, sehingga jumlah *net working capital* (aktiva lancar dikurangi dengan utang lancar) yang diinginkan tetap dapat dipertahankan.²

2. Trade off Antara Profitabilitas dan Risiko

Trade off antara Profitabilitas dan resiko yang dihadapi oleh perusahaan akan selalu timbul dari saat ke saat. Dalam konteks ini profitabilitas diukur dengan jumlah keuntungan, sementara resiko diukur dengan probabilitas suatu perusahaan untuk berada dalam keadaan "*technically insolvent*" (ketidak mampuan membayar kewajiban-kewajiban/utang-utang pada saat jatuh tempo).

Keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dengan dua cara: meningkatkan penjualan (baik volume maupun harga jual) dan menekan biaya-biaya. Resiko untuk berada dalam keadaan "*technically insolvent*" pada umumnya diukur dengan jumlah *net working capital* atau *current capital* dalam konteks ini pengukuran yang akan digunakan adalah atas dasar *net working capital* diasumsikan bahwa semakin besar jumlah *net working capital* yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka semakin kecil resiko yang dihadapinya.

3. Klasifikasi Modal Kerja

Modal kerja dapat diklasifikasikan berdasarkan pada :

- a. Komponen : kas, sekuritas yang dapat diperdagangkan, piutang dan persediaan
- b. Waktu : Modal kerja permanen dan Modal Kerja Musiman

1) Modal Kerja Permanen

Modal kerja permanen adalah modal kerja dimana jumlah aktiva lancar dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan minimum jangka panjang perusahaan.

2) Modal Kerja Sementara

Modal kerja sementara adalah modal kerja dimana jumlah aktiva lancar yang berbeda dengan permintaan musiman.

4. Penentuan Komposisi pembelajaran

Salah satu dari keputusan yang paling penting sehubungan dengan ativa lancar dan utang lancar adalah, bagaimana utang lancar akan digunakan untuk membiayai aktiva lancar ada sejumlah pendekatan yang dapat digunakan dalam menentukan bagaimana pengaturan komposisi pembelanjaan perusahaan. Salah satu faktor penting yang harus selalu diingat adalah bahwa jumlah pembelanjaan jangka pendek

¹ Syafarudin Alwi. Bambang Riyanto, *Manajemen Modal Kerja*, Http, sap. Guna Darma, 3

² *Jurnal Ilmu Manajemen* | Volume 1 Nomor 3 Mei 2013

(utang lancar) adalah terbatas. Adapun faktor-faktor yang membatasi jumlah modal jangka pendek adalah:

- a. Jumlah utang dagang dibatasi oleh pembelian bahan-bahan secara kredit.
 - b. Jumlah biaya yang masih harus dibayar accrual dan
 - c. Jumlah pinjaman yang dianggap pantas oleh para kreditur.
- Ada beberapa cara yang dapat dipergunakan dalam menentukan komposisi pembelanjaan perusahaan. Di sini ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menentukan komposisi pembelanjaan:
- a. Pendekatan agresif: kebutuhan modal kerja jangka pendek harus dibiayai dengan pinjaman jangka pendek, sedangkan kebutuhan-kebutuhan jangka panjang harus dibiayai dengan pinjaman atau modal jangka panjang pula.
 - b. Pendekatan konservatif: seluruh kebutuhan modal perusahaan harus dibiayai dengan modal jangka panjang sedangkan jangka pendek hanya akan dipergunakan apabila timbul keadaan yang darurat atau karena adanya arus kas keluar (*cash outflows*) yang tidak terduga-duga.
 - c. Pendekatan rata-rata: pendekatan ini merupakan pendekatan titik tengah antara pendekatan agresif dengan pendekatan konservatif.
5. Konsep-konsep modal kerja
- a. Konsep Kuantitatif
Konsep ini mendasarkan pada kuantitas dari dana yang tertanam dalam unsur aktiva lancar (Aktiva yang sekali berputar kembali dalam bentuk semula/dana yang tertanam akan bebas lagi dalam jangka waktu yg pendek) disebut sebagai modal kerja bruto (*gross working capital*)
 - b. Konsep Kualitatif
Sebagian aktiva lancar yang benar-benar dapat digunakan untuk membiayai operasi perusahaan tanpa mengganggu likuiditas. Kelebihan Aktiva lancar di atas hutang lancar (Aktiva lancar – Hutang Lancar) disebut sebagai modal kerja netto (*net working capital*)
 - c. Konsep Fungsional
Konsep yang mendasarkan pada fungsi dari dana dalam menghasilkan pendapatan (*income*)
6. Penentuan Besarnya Kebutuhan Modal Kerja
Besarnya Modal Kerja tergantung dari 2 faktor:
- a. Periode perputaran atau periode terikatnya modal kerja
Merupakan keseluruhan atau jumlah dari periode yang meliputi jangka waktu pemberian kredit beli, lama penyimpanan bahan mentah di gudang, lamanya proses produksi, lamanya barang di simpan di gudang, jika waktu penerimaan piutang.
 - b. Pengeluaran kas rata-rata setiap hari
Merupakan jumlah pengeluaran kas rata-rata setiap hari untuk keperluan bahan mentah, bahan pembantu, pembayaran upah buruh, dan lain-lain.³

Manajemen Kas dan Surat Berharga

Kas dan surat berharga yang dimiliki korporasi umumnya disebut sebagai alat likuid. Korporasi melakukan investasi kedalam alat likuid karena terdapat faktor ketidakpastian antara arus kas masuk dan arus kas keluar. Apabila arus kas keluar lebih besar daripada arus kas masuk disertai korporasi tidak memiliki persediaan alat likuid, maka korporasi akan mengalami kesulitan keuangan.

³ Lukman Samsudin, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2001)

Korporasi akan dapat mengatasi masalah keuangan apabila mampu melakukan penagihan secara baik atas piutang atau mampu melakukan penjualan persediaan barang untuk mendapatkan kas masuk. Kenyataannya untuk melakukan penagihan atau menjual barang tidak dapat diharapkan terjadi di dalam waktu singkat dan dengan nilai yang penuh (sempurna). Alternatif lain, korporasi juga harus mengatasi kesulitan keuangannya serta dapat meminjam uang, tetapi dengan cara-cara yang tidak mahal dengan beban bunga rendah.

Kebijakan menjual atau memilih antara resiko dengan hasil yang terjadi antara menyimpan kas yang terlampau kecil dan kas yang terlampau besar. Menyimpan kas yang terlalu kecil menyebabkan meningkatnya kemungkinan korporasi mengalami kesulitan keuangan. Di satu sisi, apabila korporasi menyimpan kas yang terlampau besar, dapat menyebabkan korporasi kehilangan peluang untuk melakukan investasi yang menghasilkan pendapatan, di samping korporasi harus berusaha untuk meminimumkan peluang terjadinya kesulitan keuangan.

Dalam manajemen kas dan surat berharga yang merupakan kegiatan pokok adalah melakukan *trade off* antara risiko dan hasil. Model-model sangat berperan sebagai dasar untuk menetapkan kebijaksanaan kas dan surat berharga yang berkaitan dengan keputusan *trade off*.

1. Manajemen Arus Kas Masuk dan Keluar (*Cash Flow Management*)

Dalam membahas manajemen arus kas, yang menjadi permasalahan utama adalah kebijakan apa yang dilakukan korporasi dalam memenuhi kebutuhan untuk pembayaran utang-utang yang timbul dalam usaha untuk mencapai tujuan korporasi. Kebijakan di dalam manajemen arus kas mencakup dua perihal pokok berikut ini.

- a. Korporasi harus mampu membuat prediksi secara jitu jumlah saldo kas di dalam kurun waktu tertentu.
- b. Koordinasi untuk tiap-tiap bagian yang berkepentingan dengan sumber arus kas masuk dan arus kas keluar untuk melakukan sinkronisasi secara tepat penerimaan dan pengeluaran kas.

2. Mengatasi Jatuh Tempo *Cash Outflow*

- a. Penggunaan draf atau surat pembayaran. Ketika bank menerima draf tersebut, maka oleh draf bank tersebut harus dimintakan dulu persetujuan penerbitan draf kepada penerbitnya sebelum dibayar, ketika korporasi mengakses draf tersebut, akan dapat dijaga kebutuhan dana pada rekening di bank, dimana keseimbangan dana rata-rata kas atau cek yang jatuh tempo dapat dapat diantisipasi.
- b. Dengan melakukan pembayaran dengan cek melalui pos, apabila ada keterbatasan lokas, dimana pos akan memerlukan waktu sebelum sampai ke tujuannya sehingga periode jatuh tempo akan melebihi waktu pos tersebut sampai.
- c. Menerbitkan cek fiat, apabila telah ada hubungan yang permanen dengan bank, akan dapat dilakukan cara dimana pihak bank meminta fiat terlebih dahulu kepada penerbit cek.
- d. Menggunakan *credit card*, dimana tanggal jatuh tempo penagihan kartu kredit akan lebih panjang dari jatuh tempo pembayaran barang yang dibeli.⁴

Manajemen piutang

Piutang yang akan dibicarakan di sini adalah yang timbul karena adanya transaksi penjualan secara kredit oleh perusahaan kepada para langganannya. Untuk dapat mempertahankan langganan-langganan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik langganan-langganan baru, perusahaan pada umumnya melakukan penjualan secara

⁴ Manahan P. tampubolon, Manajemen Keuangan, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005)

kredit. "*credit term*" atau persyaratan-persyaratan kredit mungkin berbeda dari satu jenis usaha ke jenis usaha lainnya, tetapi untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama biasanya memberikan atau memperlakukan para langganan dengan persyaratan-persyaratan kredit yang sama atau tidak terlalu jauh berbeda satu sama lain. Tetapi tentu saja dalam hal ini masih terdapat pengecualian-pengecualian karena seringkali supplier memberikan persyaratan kredit yang lunak kepada langganan-langganan tertentu baik dalam rangka membantu langganan tersebut maupun untuk menariknya agar mau menjadi langganan tetap perusahaan.

Penjualan kredit yang pada akhirnya akan menimbulkan hak penagihan atau piutang kepada langganan, sangat erat hubungannya dengan persyaratan-persyaratan kredit yang diberikan. Sekalipun pengumpulan piutang seringkali tidak tepat pada waktu yang sudah ditetapkan, namun sebagian besar dari piutang tersebut akan terkumpul dalam jangka waktu yang kurang dari satu tahun. Dengan alasan itulah maka piutang dimasukkan sebagai salah satu komponen aktiva lancar perusahaan.

Pos piutang dalam neraca biasanya merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar dan oleh karenanya perlu mendapat perhatian yang cukup serius agar perkiraan piutang ini dapat dimanage dengan cara yang seefisien mungkin. Dalam bab delapan dimuka telah diilustrasikan kebijaksanaan pengumpulan piutang dalam hubungannya dengan kebutuhan-kebutuhan operating cash perusahaan. Dalam ilustrasi tersebut ditunjukkan bahwa semakin cepat suatu perusahaan mengumpulkan piutang-piutangnya maka akan semakin kecil jumlah operating cash yang dibutuhkan.

Ada tiga aspek penting dari piutang sehubungan dengan jumlah uang yang tertanam dalam perkiraan tersebut. Aspek-aspek tersebut adalah: kebijaksanaan kredit, persyaratan-persyaratan kredit atau *credit terms*, dan kebijaksanaan pengumpulan piutang. Masing-masing kebijakan tersebut akan dibicarakan secara terpisah di bawah ini.

1. Kebijakan Kredit

Kebijaksanaan penjualan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut. Perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan tetapi juga penerapan standar tersebut secara tepat dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Sumber-sumber informasi dan analisa-analisa kredit merupakan suatu hal yang penting bagi keberhasilan manajemen piutang perusahaan. Penerapan yang tepat dari kebijaksanaan yang tidak tepat ataupun penerapan yang tidak tepat dari kebijaksanaan yang tepat tidak akan dapat memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan.

2. Standar Kredit

Standar kredit dari suatu perusahaan didefinisikan sebagai kriteria minimum yang harus dipenuhi langganan sebelum dapat diberikan kredit. Dengan mengetahui factor-faktor utama yang harus di pertimbangkan bilamana perusahaan bermaksud untuk memperlunak ataupun memperketat standar kredit yang diterapkan. Adapun factor-faktor utama yang harus dipertimbangkan apabila perusahaan bermaksud mengubah standar kredit yang diterapkan adalah:

1) Biaya-biaya administrasi.

Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang diterapkan maka berarti lebih banyak kredit yang diberikan dan tugas-tugas yang tidak dapat dipisahkan

dengan adanya penambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin bertambah besar.

2) Investasi dalam piutang.

Diakui atau tidak, penanaman modal dalam piutang mempunyai biaya-biaya tertentu. Semakin besar piutang semakin besar pula biayanya demikian pula sebaliknya.

Perubahan rata-rata piutang yang dikaitkan dengan "perubahan standar kredit" disebabkan oleh dua faktor yaitu:

- Perubahan volume penjualan, dan
- Perubahan dan kebijakan pengumpulan piutang

3. Volume penjualan

Perubahan standar kredit dapat diharapkan dapat mengubah volume penjualan. Bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan, sedangkan apabila sebaliknya yang terjadi dimana perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun.

4. Persyaratan Kredit (*credit term*)

Persyaratan kredit atau *credit term* menunjuk kepada term pembayaran yang disyaratkan kepada para langganan yang membeli secara kredit. Persyaratan kredit seperti ini mengandung arti bahwa pembeli akan menerima potongan tunai atau *cash discount* sebesar 2% apabila pembayaran kredit dilakukan dalam waktu paling lama 10 hari setelah awal periode kredit. Dengan demikian persyaratan kredit atau *credit term* meliputi tiga hal, yaitu:

- a. Potongan tunai atau *cash discount*.
- b. Periode potongan tunai.
- c. Periode kredit.

5. Kebijakan Pengumpulan Piutang

Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bilamana sudah jatuh tempo. Sebagian dari keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijakan pengumpulan piutangnya dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang atau *bad debt expense*, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya tergantung pada kebijakan pengumpulan piutang tetapi juga kepada kebijakan-kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

6. Teknik Pengumpulan Piutang

Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan bilamana langganan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:

- a. Melalui surat, bilamana waktu pembayaran utang dari langganan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran maka perusahaan dapat mengirim surat.
- b. Melalui telepon, apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata utang-utang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelpon langganan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran.
- c. Kunjungan personal, teknik pengumpulan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ketempat langganan seringkali digunakan karena didasarkan sangat efektif dalam usaha-usaha pengumpulan piutang.

- d. Tindakan yuridis, bilamana ternyata langganan tidak mau membayar utang-utangnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.⁵

Manajemen Persediaan

Persediaan barang dalam proses terdiri dari keseluruhan barang-barang yang digunakan dalam proses produksi tetapi masih membutuhkan proses lebih lanjut untuk menjadi barang yang siap dijual. Tingkat penyelesaian suatu barang dalam proses sangat tergantung pada panjang serta kompleksnya proses produksi. Dengan demikian dapat dilihat adanya hubungan yang langsung antara jumlah barang yang ada dalam proses dengan panjangnya waktu yang dibutuhkan untuk memproses bahan mentah sampai menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan. Besarnya persediaan barang dalam proses ini menyebabkan semakin besarnya biaya biaya persediaan tersebut sangat besar. Faktor yang mempengaruhi tingkat persediaan barang adalah karakteristik barang mentah itu sendiri, factor *lead time* dan frekuensi pemakaian harus mendapat perhatian yang lebih besar karena jumlah modal yang akan diinvestasikan dalam persediaan yang mahal ini adalah cukup besar.

1. Pandangan Beberapa Bagian Dalam Perusahaan Terhadap Tingkat Persediaan

Ada beberapa macam persediaan maka dapat dilihat adanya kemungkinan konflik antara bagian yang satu dengan yang lainnya dalam perusahaan. Bagian-bagian atau fungsi dalam perusahaan yang terlibat dalam konflik tersebut adalah finansial, pemasaran, produksi dan pembelian.

a. Bagian Pembelanjaan

Tanggung jawab utama manajer keuangan adalah menjamin adanya manajemen persediaan yang efisien. Dengan demikian manajer keuangan haruslah memonitor keseluruhan aktiva perusahaan, mengatur agar tidak terdapat investasi yang berlebihan sehingga tujuan yang dimaksud dapat tercapai. Tambahan biaya-biaya tersebut tentu memicu jumlah investasi dalam persediaan meningkat.

b. Persediaan Barang Jual

Persediaan barang jadi merupakan persediaan barang-barang yang telah selesai diproses oleh perusahaan yang beroperasi berdasarkan pesanan mempunyai persediaan barang jadi yang relative kecil. Akan tetapi dalam pembahasan ini, tinjauan ditekankan pada perusahaan yang memproduksi secara massal. Perencanaan produksi diarahkan dapat menyediakan barang jadi yang dapat memenuhi ramalan penjualan yang disampaikan oleh bagian pemasaran, perencanaan diatur sedemikian rupa sehingga cukup untuk menutupi estimasi permintaan terhadap produk perusahaan tanpa adanya kelebihan persediaan yang terlalu besar.

c. Bagian Pembelian

Bagian pembelian berkepentingan dengan jumlah persediaan bahan mentah karena tanggung jawabnya adalah menjamin tersedianya bahan mentah yang dibutuhkan dalam proses produksi dalam jumlah yang tepat dan waktu yang tepat dan juga melakukan pembelian bahan mentah dengan harga yang serendah-rendahnya karena merupakan komponen penting untuk menentukan biaya per unit produk

d. Bagian Produksi

⁵ Lukman Syamsudin, *Manajemen Keuangan Perusahaan*(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001),255-274.

Tanggung jawab dari bagian produksi adalah menjamin bahwa rencana-rencana produksi diterapkan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sehingga dapat menghasilkan jumlah barang jadi yang diinginkan. Penilaian yang dilakukan terhadap bagian produksi tidak hanya menyangkut masalah keputusan masalah ketetapan dalam penyelesaian proses produksi tetapi juga atas usaha-usahnya untuk menekan biaya per unit produksi serendah mungkin. Akan tetapi manajer keuangan yang memandang persediaan sebagai suatu bentuk investasi akan selalu berusaha untuk mempertahankan jumlah persediaan bahan mentah pada tingkat yang dianggap wajar.

Manajemen serta jumlah persediaan dan piutang berhubungan dengan satu sama lain. Bilamana suatu produk tersebut dipindahkan dari pos persediaan ke pos piutang dan akhirnya ke pos kas. Karena adanya hubungan yang begitu erat diantara komponen-komponen aktiva lancar ini, maka persediaan barang seharusnya tidak dipandang secara terpisah sama sekali dengan manajemen utang. Persyaratan kredit juga akan membawa pengaruh terhadap jumlah investasi dalam persediaan dan piutang perusahaan. Persyaratan kredit atau jangka waktu kredit yang lebih lama akan memungkinkan perusahaan untuk mentransfer produk- produk.⁶

Manajemen Pendanaan jangka Pendek dan Menengah

Pendanaan Jangka Pendek

Manajemen pendanaan jangka pendek merupakan pengelolaan aktiva lancar (kas, surat berharga, piutang, persediaan) dan pasiva lancar perusahaan (hutang dagang, wesel bayar, kewajiban yang masih harus dibayar) untuk mencapai keseimbangan antara laba dan risiko agar memberi kontribusi nilai positif terhadap nilai perusahaan. Misalnya Aktiva lancar dalam jumlah besar berakibat pada peningkatan risiko tidak dapat membayar pada saat jatuh tempo.

Manajemen modal kerja membutuhkan pendanaan modal kerja yang bersifat sementara dan dapat dibiayai dengan pendanaan jangka pendek. Sumber dana jangka pendek pada prinsipnya merupakan bentuk pendanaan yang harus dilunasi dalam jangka waktu satu tahun. Masalah yang paling penting yang harus diperhitungkan dalam menentukan pilihan sumber dana jangka pendek adalah tersedianya dana pada saat diperlukan dan biaya dan yang paling efektif.

Pendanaan Jangka Menengah

Pendanaan jangka menengah pada umumnya merupakan alternatif bagi korporasi untuk mengatasi pendanaan dalam pengoperasian bisnis apabila pinjaman jangka panjang dengan syarat yang lunak sulit diperoleh. Pendanaan jangka menengah adalah salah satu jenis pembiayaan jangka menengah yang dikeluarkan oleh *commercial bank*, asuransi dana pensiun, lembaga pembiayaan pemerintah dan supplier. Pendanaan jangka menengah memiliki biaya yang lebih rendah disbanding dengan penerbitan obligasi atau saham, karena adanya biaya emisi, pendaftaran dan biaya lainnya sehubungan dengan penerbitan obligasi atau saham. Selain itu juga tidak semua perusahaan mempunyai persyaratan yang cukup untuk menerbitkan saham atau obligasi.

Dibandingkan dengan pembiayaan jangka pendek, Pendanaan jangka menengah mempunyai kelebihan pada panjangnya periode pinjaman sehingga peminjam dapat memanfaatkan pinjaman tersebut lebih lama dan bagi kreditur Pendanaan jangka menengah ini dapat diperjualbelikan jika sewaktu kreditur membutuhkan pengembalian dana segera. Berikut merupakan karakteristik pendanaan jangka pendek:

⁶ Widyarini, *Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2012)

- a. Pendanaan jangka menengah merupakan pendanaan dengan jangka waktu 1 tahun atau lebih.
- b. Pendanaan jangka menengah dapat dialihkan menjadi pendanaan jangka pendek dengan jaminan atau tidak, sesuai dengan kebutuhan bisnis.
- c. Tingkat bunga pendanaan jangka menengah bersifat bervariasi dan dapat berubah dari tingkat bunga utama.
- d. Biaya pendanaan berjangka menengah variasinya tergantung pada jaminan dan kemampuan finansial suatu korporasi.
- e. Pendanaan jangka menengah dibayar secara periodik, dimana pembayaran pertama sampai akhir sama serta membutuhkan biaya yang relatif tinggi.

Seperti halnya sumber pendanaan lain, pendanaan jangka menengah memiliki kelebihan dan kekurangan, berikut merupakan kelebihan dari pendanaan jangka menengah:

- a. Pendanaan jangka menengah sangat fleksibel karena jangka waktu dari pendanaan dapat diperpanjang sebagai salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan finansial korporasi.
- b. Pendanaan jangka menengah dapat diperoleh dengan cepat dibandingkan dengan pendanaan jangka panjang.
- c. Pendanaan jangka menengah tidak menyulitkan korporasi, serta memungkinkan untuk melanjutkan pinjaman jangka pendek secara berulang-ulang.

Di samping kelebihan di atas pendanaan jangka menengah juga memiliki kelemahan, berikut merupakan beberapa kelemahan dari pendanaan jangka menengah:

- a. Barang jaminan yang diminta berupa barang yang terbatas seperti *commercial paper*.
- b. Laporan dan anggaran keuangan tidak selalu menggambarkan berapa kebutuhan periodic pinjaman dana yang dibutuhkan korporasi.
- c. Keuntungan saham yang ditawarkan korporasi suatu saat dapat diminta oleh perbankan sebagai jaminan kepada debitur.⁷

Teknologi adalah seluruh data yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Data ini bisa berupa ramalan kondisi pasar, pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan, dan data-data ekonomi lainnya. Beberapa ahli juga menganggap sumber daya informasi sebagai sebuah faktor produksi mengingat semakin pentingnya peran informasi di era globalisasi ini.

Modal adalah barang atau peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan proses produksi. Modal dapat digolongkan berdasarkan sumbernya, bentuknya, berdasarkan pemilikan, serta berdasarkan sifatnya. Berdasarkan sumbernya, modal dapat dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perbankan swasta sendiri. Misalnya setoran dari pemilik perusahaan. Sementara itu, modal asing adalah modal yang bersumber dari luar perusahaan. Misalnya modal yang berupa pinjaman bank.

Berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi modal konkret dan modal abstrak. Modal konkret adalah modal yang dapat dilihat secara nyata dalam proses produksi. Misalnya mesin, gedung, mobil, dan peralatan. Sedangkan yang dimaksud dengan modal abstrak adalah modal yang tidak memiliki bentuk nyata, tetapi mempunyai nilai bagi perusahaan. Misalnya hak paten, nama baik, dan hak merek.

Berdasarkan pemilikannya, modal dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu adalah modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya. Contohnya adalah rumah pribadi yang

⁷Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Keuangan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005)

disewakan atau bunga tabungan di bank. Sedangkan yang dimaksud dengan modal masyarakat adalah modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan umum dalam proses produksi. Modal dibagi berdasarkan sifatnya yaitu modal tetap dan modal lancar. Modal tetap adalah jenis modal yang dapat digunakan secara berulang-ulang. Misalnya mesin-mesin dan bangunan pabrik. Sementara itu, yang dimaksud dengan modal lancar adalah modal yang habis digunakan dalam satu kali proses produksi. Misalnya, bahan-bahan baku.⁸

Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran dengan unit usaha berharap dapat mencapai sasaran pemasarannya. Sehingga dapat dipahami strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Sedangkan menurut Muhammad Syakir strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik *eksplisit* maupun *implisit*) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya.⁹

Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.

ANALISA PEMBAHASAN

Berdasarkan pasal 2 Undang-Undang Nomor 7 Th. 1992 Asas perbankan Indonesia adalah berasaskan pada demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian dan yang dimaksud demokrasi ekonomi adalah perekonomian yang berlandaskan Pancasila dan UU 1945 dengan pengejawantahan fungsi bank berdasarkan Undang-undang No.10 tahun 1998 yaitu bahwa bank dapat menghimpun dana yang bersumber dari: 1. Dana milik bank berupa modal awal pendirian 2. Dana berasal dari masyarakat 3. Dana yang bersumber dari lembaga keuangan yang diperoleh dari pinjaman dana sehingga dana yang sudah didapat disalurkan ke masyarakat umum dengan cara menyediakan layanan-layanan berkaitan keuangan.

Merujuk berdasarkan pernyataan diatas maka perbankan Indonesia yang dioperasionalkan oleh bank seluruh Indonesia harus mampu melakukan strategi *all financial management* dengan menyesuaikan kondisi dan kebijakan masing-masing bank terkait manajemen modal kerja, manajemen kas dan surat berharga, manajemen arus kas masuk dan keluar, manajemen piutang, manajemen persediaan, manajemen pendanaan jangka pendek dan menengah, kebijakan kredit hingga strategi pemasaran yang diterapkan sebuah bank.

Penerapan strategi *all financial management* masih belum mampu menyeluruh optimal dan handal karena masing-masing bank masih berprinsip *profit oriented* sehingga kanibalisasi teselubung pada persaingan di semua bank. Sehingga fungsi bank yang harus dapat melakukan Pengalihan aset (*aset transmutation*), Transaksi (*transaction*), Likuiditas (*liquidity*) dan Efisiensi (*efficiency*) tidak terjadi sesuai yang diharapkan pemerintah bahkan untuk masyarakat sebagai objek yang paling berpengaruh maupun berpengaruh dalam keadaan keuangan sebuah bank. Dampak yang

⁸ <http://pascasarjana-stiami.ac.id/2012/04/faktor-produksi-dan-konsep-kepemilikan/> diakses tanggal 28/07/2018 pada pukul 15:14 <http://pascasarjana-stiami.ac.id/2012/04/faktor-produksi-dan-konsep-kepemilikan/> diakses tanggal 28/07/2018 pada pukul 15:14

⁹ Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006),12

terjadi adalah *snow ball problems dan multiplier effects* karena manfaat bank sebagai model investasi, *hedging*/melindungi nilai, informasi harga, fungsi spekulatif dan fungsi manajemen produksi tidak berjalan dengan baik dan efisien walaupun tujuan Perbankan Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan, pemerataan, pertumbuhan dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Maka dalam hal ini masyarakatlah yang paling menasakan dampaknya.

Dengan menerapkan strategi *all financial management* maka perbankan Indonesia dan jika semua tugas bank berjalan dengan dengan baik maka tidak mustahil jika setiap elemen masyarakat mengalami kenaikan taraf hidup, stabilitas perekonomian nasional, meningkatkan pemerataan perekonomian dan pertumbuhan ekonomi sehingga tujuan didirikannya bank menurut pasal 4 No. 10 tahun 1998 adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menunjang pelaksanaan pembangunan di daerah-daerah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat tercapai.

PENUTUP

Dari ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam upaya pengelolaan perusahaan, manajemen keuangan adalah hal yang sangat vital dan mendasar. Dimana dalam manajemen ini perlu adanya perhatian yang khusus dan terorganisir secara baik, sehingga keuangan dalam perbankan Indonesia dapat terkontrol. Dalam pembahasan mengenai strategi *all financial management* berikut merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan:

1. Bank adalah lembaga keuangan yang selalu berkaitan dengan uang, begitu sensitifnya urusan ini maka dibutuhkan sikap saling percaya antara penyimpan dana, penampung dana, maupun penerima dana agar semua pelaku dalam perbankan merasa aman dan saling diuntungkan maka *trust* dari masyarakat akan terbentuk.
2. Perbankan Indonesia tugasnya sebagai penghimpun dan peyalur dana kepada masyarakat maka diharapkan roda perekonomian masyarakat meningkat. Mengingat bank menyediakan layanan investasi bagi masyarakat yang memiliki dana lebih, kemudian penyaluran dana bagi masyarakat yang membutuhkan dana untuk modal usaha.
3. Dengan menerapkan strategi *all financial management* pada perbankan Indonesia pada umumnya dan semua bank-bank di Indonesia pada umumnya mampu melayani masyarakat guna memobilisasi dana untuk membangun perekonomian masyarakat maka pelayanan yang diajukan kepada masyarakat berupa jasa-jasa keuangan yang berkaitan erat dengan roda perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Syafarudin., Riyanto, Bambang. *Manajemen Modal Kerja*. Http, sap. Guna Darma, 3 *Jurnal Ilmu Manajemen* | Volume 1 Nomor 3 Mei 2013
- Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan, PT Raja Grafindo, Jakarta. 2010
- Lukman, Samsudin. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2001.
- Tampubolon, Manahan P. *Manajemen Keuangan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Widyarini. *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia, 2012