

MAKNA PERPUTARAN KAS DALAM PERSPEKTIF BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI PUPUK DI KABUPATEN GRESIK

Cellin Agustina Prameswari Wasistha¹

Rahmat Agus Santoso²

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: ¹cellinagustina@gmail.com, ²ra_santoso@umg.ac.id

Abstrak

Seluruh kegiatan transaksi dengan pihak perusahaan lain akan selalu mempengaruhi kas. Transaksi kas akan mengalami perputaran setiap waktunya sehingga diperlukan pengelolaan kas yang baik oleh perusahaan. Pengelolaan kas yang baik dan efisien bisa dilakukan salah satunya yakni dengan memperhatikan tingkat perputaran kasnya. Industri pupuk di Gresik melakukan perputaran kas yang bersumber dari penjualan. Penjualan merupakan salah satu sumber pendanaan kas perusahaan sehingga setiap perusahaan di dalam persaingan bisnis telah merencanakan suatu strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (*marketing mix*). Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk menelaah makna perputaran kas dalam perspektif bauran pemasaran (*marketing mix*) pada salah satu industri pupuk di Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menekankan pada makna perputaran kas pada bauran pemasaran. Hasil dari model penelitian ini yakni produk, harga, saluran distribusi, dan promosi berdampak positif pada kekayaan perusahaan.

Kata kunci: Bauran pemasaran, Industri pupuk, Perputaran kas.

Abstract

All transaction activities with other companies will always affect cash. Cash transactions will experience turnover every time so good cash management is needed by the company. One way to manage good and efficient cash is by paying attention to the cash turnover rate. The fertilizer industry in Gresik carries out cash turnover originating from sales. Sales are one source of company cash funding so that every company in business competition has planned a marketing strategy through a marketing mix. The aim of this research is to examine the meaning of cash turnover from a marketing mix perspective in one of the fertilizer industries in Gresik Regency. This research uses a qualitative approach and emphasizes the meaning of cash turnover in the marketing mix. The results of this research model are that products, prices, distribution channels and promotions have a positive impact on company wealth.

Keywords: Marketing mix, Fertilizer industry, Cash turnover.

PENDAHULUAN

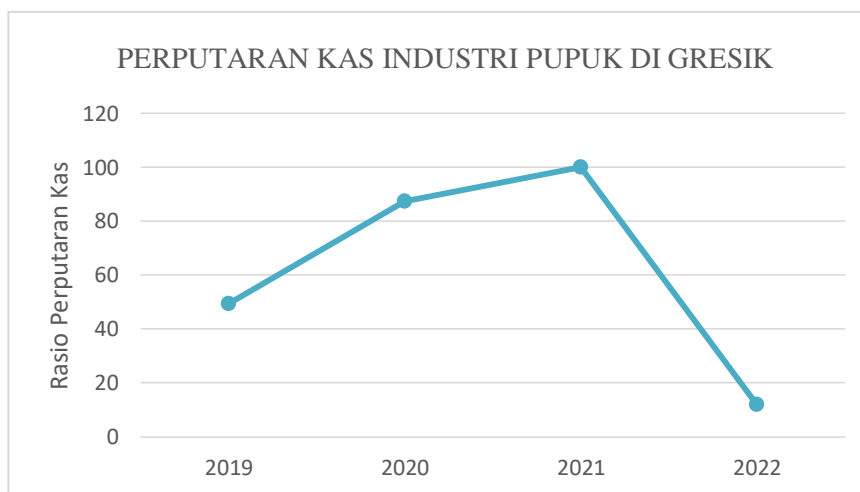
Memperoleh laba yang optimal merupakan salah satu tujuan utama sebuah perusahaan. Pengelolaan asset dan penggunaan biaya secara efisien akan mempengaruhi seberapa besar pendapatan laba perusahaan. Pendapatan laba tergantung dari besar kecilnya jumlah modal asset yang diinvestasikan, sehingga jumlah modal yang digunakan menjadi patokan tinggi rendahnya laba perusahaan. Dalam menjalankan usahanya, salah satu industri pupuk di Kabupaten Gresik membutuhkan modal berupa uang kas yang digunakan untuk biaya operasional perusahaan setiap harinya. Kas pada industri pupuk di Gresik harus dikelola dengan baik dan efisien. Kas memiliki peran yang penting di dalam sebuah perusahaan.

Kas merupakan salah satu modal kerja yang memiliki tingkat likuiditas paling tinggi jika dilihat dari karakteristiknya. Kas yang diperoleh oleh industri pupuk di Gresik berasal dari penjualan, piutang, serta pinjaman investor. Industri pupuk di Gresik memiliki dua jenis kas, yakni kas besar dan kas kecil. Kas besar digunakan untuk membiayai kebutuhan perusahaan dengan dana yang besar contohnya pembayaran gaji dan pembayaran utang. Kas kecil digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin sehari-hari contohnya pembelian ATK, perbaikan kantor, biaya dinas. Pembukuan pada saldo kas kecil menggunakan metode dana tetap yakni sebesar Rp 50.000.000 per bulan. Jika saldo kas kecil kurang dari nominal tersebut maka perusahaan akan mengisi kembali saldo hingga kembali menjadi saldo awal yang telah ditetapkan.

Seluruh kegiatan transaksi dengan pihak perusahaan lain akan selalu mempengaruhi kas. Oleh karena itu, transaksi kas akan mengalami perputaran setiap waktunya sehingga diperlukan pengelolaan kas yang baik oleh perusahaan. Pengelolaan kas yang baik dan efisien bisa dilakukan salah satunya yakni dengan memperhatikan tingkat perputaran kasnya. Perputaran kas di Industri pupuk Gresik berasal dari penjualan baik tunai maupun kredit oleh konsumen. (Nurfina & Reviandani, 2022) mengatakan bahwa perputaran kas merupakan periode berputarnya kas yang dimulai pada saat kas digunakan untuk investasi yang dalam hal ini adalah penjualan hingga kembali menjadi kas masuk¹. Semakin tinggi tingkat perputaran kas maka semakin baik. Artinya pengelolaan dan penggunaan kas perusahaan digunakan dengan baik dan efisien. Tingkat perputaran kas yang tinggi menunjukkan kecepatan kas kembali menjadi kas yang diinvestasikan pada aktiva. Semakin rendah tingkat perputaran kas maka semakin tidak efisien karena banyak uang yang berhenti dan tidak dipergunakan sehingga banyak kas yang menumpuk dan tidak produktif. Kas yang tidak produktif menyebabkan kemampuan profitabilitas perusahaan menurun. Berikut adalah grafik perputaran

¹ Elin Nurfina and Wasti Reviandani, "NALISIS PERPUTARAN KAS PADA PT RAYA BUMI NUSANTARA PERMAI," 2022.

kas pada industri pupuk di Gresik periode 2019-2022:



Gambar 1. Perputaran Kas Industri Pupuk Gresik 2019-2022

Berdasarkan grafik perputaran kas industri pupuk di Gresik, perputaran kas dihitung dengan rumus rata-rata kas dibagi dengan penjualan bersih. Grafik di atas telah dihitung dan diolah oleh peneliti sehingga terbentuklah rasio perputaran kas salah satu industri pupuk di Kabupaten Gresik periode 2019-2022. Pada tahun 2019 perputaran kas industri pupuk di Gresik yakni 49,43 kali dalam setahun. Tahun 2020 perputaran kas nya naik sebesar 87,34 kali dalam setahun. Pada tahun 2021 perputaran kas kembali naik menjadi 100 kali dalam setahun. Tahun 2022 perputaran kas perusahaan mengalami penurunan yang cukup signifikan yakni sebesar 12 kali dalam setahun.

Standar perputaran kas pada industri pupuk di Gresik adalah 20 kali perputaran. Perputaran kas dapat dikategorikan baik jika nilainya >20 (lebih dari) kali perputaran. Apabila perputaran kas <20 (kurang dari) kali, perputaran kas perusahaan dapat dikategorikan kurang baik. Berdasarkan kedua data tersebut, maka interpretasi perputaran kas pada tahun 2019-2021 dikategorikan sangat baik karena perputarannya >20 (lebih dari) kali dalam setahun. Artinya pada periode 2019-2021 perusahaan mampu mengelola kas masuk dan kas keluar dengan efektif walaupun masih terjadi penurunan penjualan, kas perusahaan tetap berputar dan digunakan untuk membiayai operasional sehari-hari serta membiayai penjualan. Pada tahun 2022 perputaran kas mengalami penurunan <20 (kurang dari) kali dalam setahun, sehingga perputaran kas pada tahun tersebut dikategorikan kurang baik. Prosentase penurunan dari tahun 2021-2022 terlihat signifikan yakni sebesar 88,55%. Artinya pada tahun 2022 perusahaan kurang mengelola kas nya dengan baik serta banyak kas yang tidak dipergunakan untuk profitabilitas perusahaan sehingga perputaran kas nya menjadi rendah.

Fenomena turunnya dan rendahnya perputaran kas pada tahun 2022 menimbulkan suatu permasalahan bagi perusahaan karena berakibat pada banyaknya kas yang tidak dipergunakan dan kas yang tidak produktif melalui

penjualan. Penjualan adalah suatu kegiatan setelah proses produksi untuk memasarkan produknya kemudian disalurkan kepada konsumen baik berupa barang atau jasa melalui kegiatan pemasaran yang memengaruhi konsumen untuk membeli produk sehingga dapat terjual. Penjualan merupakan salah satu sumber pendanaan kas perusahaan. Setiap perusahaan di dalam persaingan bisnis tentu saja telah merencanakan suatu strategi pemasaran. Penerapan strategi pemasaran perusahaan melalui bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran yang digunakan adalah unsur 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

Bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah penggabungan berbagai kegiatan pemasaran untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari masing-masing unsur penjualan (4P). Apabila bauran pemasaran dilakukan dengan maksimal artinya perusahaan telah mencapai tujuan usahanya yaitu produk yang cocok dan bisa diterima oleh masyarakat saat produk tersebut telah didistribusikan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penjualan yang optimal akan berpengaruh baik pada tingkat perputaran kas karena kas atau modal yang dikeluarkan sepadan dengan keuntungan atas penjualan yang diterima. Apabila pendapatan yang diterima semakin banyak, maka kas dapat berputar lebih cepat dan banyak untuk membiayai operasional dan penjualan perusahaan (Aslamiyah & Santoso, 2023)².

Berdasarkan pemaparan latar belakang, tujuan daripada penelitian ini adalah untuk menelaah makna perputaran kas dalam perspektif bauran pemasaran (*marketing mix*) pada salah satu industri pupuk di Kabupaten Gresik.

TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Kas

Kas merupakan aktiva lancar yang penting di dalam sebuah perusahaan. Kas akan semakin tinggi tingkat likuiditasnya jika semakin banyak kas yang tertanam pada perusahaan. (Reviandani, 2019) Kas merupakan harga perusahaan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran, kas bisa berupa uang tunai, cek, giro, dan lain-lain³. Sementara itu menurut (Jannah & Solikah, 2023) Kas adalah aktiva yang paling likuid, likuid dalam hal ini adalah yang digunakan dalam pembiayaan operasional perusahaan ataupun memenuhi pembayaran kewajiban jangka pendek perusahaan⁴. Perusahaan jika memiliki tingkat perputaran kas yang rendah tetapi akan memiliki tingkat likuiditas yang tinggi karena banyaknya kas yang tertanam di dalam perusahaan sehingga menunjukkan adanya *overinvestment* dalam kas.

² Suaibatul Aslamiyah and Rahmat Agus Santoso, "Implementasi Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) MCM," 2023.

³ Wasti Reviandani, *Pengantar Akuntansi* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2019).

⁴ Rodhotul Jannah and Mar'atus Solikah, "ARUS KAS TERHADAP LIKUIDITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN (2019-2021)" (2023).

Pelaporan saldo kas ke dalam neraca akan di cantumkan sebesar saldo yang telah tercantum di dalam buku besar. Jika penanganan uang perusahaan dari proses penerimaan uang, penyimpanan uang, pencatatan akuntansi hingga pengeluaran uang ditangani oleh salah satu orang saja dapat berakibat penyalahgunaan pada uang perusahaan. Hal tersebut memerlukan pengendalian di dalam sebuah kas perusahaan, karena kas merupakan hal yang sangat sensitif dan urgensi. Perlu adanya pemisahan tugas antara seseorang pada bagian penerimaan uang dengan seseorang pada bagian pencatatan uang kas di dalam suatu siklus akuntansi.

Perputaran Kas

Kemampuan kas dalam memperoleh pendapatan merupakan definisi dari perputaran kas sehingga perusahaan dapat melihat berapa kali uang kas berputar dalam satu periode (Kasmir, 2018)⁵. Menurut (Nurfina & Reviandani, 2022) perputaran kas yakni berputarnya kas yang dimulai pada saat kas diinvestasikan hingga kembali menjadi kas melalui penjualan dalam suatu periode tertentu⁶. (Kasmir, 2018) menyatakan bahwa rasio perputaran kas (*cash turnover*) memiliki tujuan untuk mengetahui tinggi rendahnya modal kerja yang cukup pada perusahaan yang dibutuhkan dalam membayar kewajiban dan membiayai penjualan. Rasio perputaran kas berfungsi untuk mengukur tingkat ketersediaan kas dalam membayar kewajiban dan biaya-biaya lain yang terkait dengan penjualan⁷.

Bauran Pemasaran

Kotler dan Armstrong menyatakan , "*Marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market.*" Artinya bauran pemasaran adalah suatu "alat" yang digunakan dalam hal pemasaran untuk menghasilkan dan mendaptkan kebutuhan serta keinginan pada target pasar. Sementara itu menurut (Effendy, 2019) bauran pemasaran merupakan Suatu unsur dalam kegiatan pemasaran yang saling berkaitan, yang dibuat untuk memahami kebutuhan, mengembangkan kebutuhan yang diperlukan, menentukan besaran harga, melakukan distribusi serta menjalankan promosi atas produk atau jasa yang telah direncanakan⁸. Aspek-aspek pada pemasaran suatu produk bisa dilakukan dengan promosi, periklanan, dan *public relation*. Berikut adalah komponen dari 4P, produk (*Product*), harga (*Price*), saluran distribusi (*Place*), promosi (*Promotion*) (Kotler, 2020)⁹ :

⁵ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Cetak Kesepuluh* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2018).

⁶ Nurfina and Reviandani, "NALISIS PERPUTARAN KAS PADA PT RAYA BUMI NUSANTARA PERMAI."

⁷ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Cetak Kesepuluh*.

⁸ Aidil Amin Effendy, "ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AZKA TOYS PAMULANG TANGERANG SELATAN" 1, no. 1 (2019).

⁹ Armstrong Kotler, *Principle of Marketing* (Pearson, 2020).

1) Produk (*Product*)

(Keller & Hansen, 2019) menjelaskan bahwa produk merupakan sesuatu yang telah diproses dalam proses produksi dan ditawarkan pada konsumen dengan tujuan untuk menarik konsumen dan mendapatkan perhatian konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para target pasar¹⁰. Produk dapat berupa barang, jasa, atau kegunaan. (Kotler & Armstrong, 2018) menyebutkan karakteristik dari produk adalah sebagai berikut¹¹ :

- (1) Kualitas Produk (*Product Quality*) merupakan baik buruknya produk yang meliputi daya tahan, akurasi, kemudahan pengoperasian produk.
- (2) Fitur Produk (*Product Features*) merupakan tampilan yang dapat dibedakan dengan produk pada pesaing sejenis.
- (3) Gaya dan Desain (*Product style and Design*) merupakan gambaran tampilan suatu produk baik dari ukuran dan packaging sehingga memiliki nilai khusus untuk mendapat perhatian dari konsumen.
- (4) Varian Produk (*Product Variety*) merupakan jenis produk yang memiliki aneka macam keunikan yang dibuat untuk ditawarkan pada konsumen.
- (5) Layanan (*Services*) merupakan aktivitas yang memberikan layanan untuk mendukung keberlangsungan penjualan produk.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan satuan nilai yang berbentuk uang dan harus dibayarkan kepada konsumen terhadap produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan (Keller & Hansen, 2019)¹². Kotler berpendapat bahwa harga merupakan satu-satunya unsur pada bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pemasukan, unsur lain pada bauran pemasaran menimbulkan suatu biaya. Sehingga harga memiliki peranan yang penting di pasaran karena menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Berikut adalah empat indikator yang dapat digunakan untuk menilai harga suatu produk menurut (Kotler & Armstrong, 2018)¹³ yaitu:

- (1) Keterjangkauan harga, merupakan kemampuan konsumen dalam membeli produk sesuai dengan harga yang ditetapkan.
- (2) Kesesuaian harga dengan kualitas, harga yang dikenakan pada konsumen harus sepadan dan sebanding dengan kualitas yang diberikan pada produk tersebut.
- (3) Kesesuaian harga dengan manfaat, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat diperhatikan oleh konsumen dalam melihat dan merasakan manfaat dari produk tersebut.
- (4) Daya saing harga, merupakan keputusan konsumen dalam melakukan

¹⁰ Keller & Hansen, *Marketing Management 4th European Edition* (Pearson, 2019).

¹¹ Kotler & Armstrong, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1* (Erlangga, 2018).

¹² Keller & Hansen, *Marketing Management 4th European Edition*.

¹³ Kotler & Armstrong, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*.

pembelian suatu produk apabila manfaat dari produk dan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen adalah sama.

3) Saluran Distribusi (*Place*)

Menurut (Keller & Hansen, 2019) distribusi merupakan suatu aktivitas untuk memilih dan mengelola saluran pemasaran dengan bantuan pihak lain, dalam hal ini adalah perusahaan (*supplier* dan distributor) untuk membantu proses operasional perusahaan dalam hal pendistribusian produk¹⁴. Lokasi saluran distribusi di dalamnya berisi keseluruhan aktivitas perusahaan dalam hal operasional untuk membuat dan mengolah produk bagi para target pasar. Berikut adalah unsur-unsur dalam bauran distribusi:

(1) Daya jangkau

(2) Lokasi

(3) Persediaan dan transportasi, merupakan ketersediaan jumlah persediaan dengan akses kemudahan transportasi perlu dipertimbangkan dalam memilih saluran distribusi.

4) Promosi (*Promotion*)

Kotler dan Armstrong menyatakan, "*Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it.*" Artinya promosi merupakan kegiatan dalam pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan manfaat dari suatu produk yang telah dibuat dan diproduksi agar konsumen tertarik untuk membeli serta promosi juga bertujuan untuk mempengaruhi para konsumen agar membeli produk yang telah ditawarkan. Usaha perusahaan dalam mempengaruhi yakni dengan mengajak secara langsung (*persuasive communication*) calon pembeli melalui penggunaan segala unsur pemasaran disebut dengan promosi. (Meli Makin & Setiyawan, 2023) menyatakan bahwa promosi terbagi menjadi beberapa jenis yakni¹⁵ :

(1) *Advertising*

Promosi dengan melakukan pemasangan iklan atas barang atau jasa yang dijual melalui berbagai media iklan seperti social media, televisi, pamflet.

(2) *Personal Selling*

Promosi dengan metode *personal selling* yakni dengan menawarkan produk atau jasa secara *dor to dor* untuk meyakinkan pembeli dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

(3) *Sales Promotion*

Promosi yang dilakukan dengan menarik minat konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa melalui promosi penjualan, biasanya dilakukan oleh bagian *sales*.

¹⁴ Keller & Hansen, *Marketing Management 4th European Edition*.

¹⁵ Gregorius Meli Makin and Setiyawan Setiyawan, "Effect of Promotion Mix on Purchasing Decisions on the Shopee Platform with Lifestyle as an Intervening Variable," *The Management Journal of Binaniaga* 8, no. 1 (June 30, 2023): 17–26, <https://doi.org/10.33062/mjb.v8i1.17>.

(4) *Public Relation*

Promosi yang dilakukan melalui komunikasi dan membangun hubungan dengan masyarakat khususnya para target pasar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang menekankan pada makna. Pendekatan kualitatif, menurut (Sugiyono, 2018) adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan teknik pengumpulan data lalu melakukan analisis yang bersifat kualitas dan lebih menekankan pada makna¹⁶. Metode kualitatif merupakan metode yang didasari oleh ilmu filsafat yang digunakan untuk meneliti hal-hal alamiah berdasarkan eksperimen dimana peneliti sebagai instrumen. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian. Obyek daripada penelitian ini adalah salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di industri pengolahan pupuk Kabupaten Gresik.

Unit Analisis

Menurut (Sugiyono, 2018) fokus dari komponen yang dianalisis merupakan maksud dari unit analisis¹⁷. Unit analisis bisa berupa individu, perkumpulan, institusi. Unit analisis yang dipilih pada penelitian ini adalah institusi yakni perusahaan industri pupuk tepatnya pada departemen keuangan salah satu industri pupuk di Gresik.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara pada informan serta melakukan observasi secara langsung ke obyek penelitian. Data sekunder diperoleh melalui data perusahaan tempat peneliti melakukan obyek penelitian sesuai dengan izin.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara pada beberapa pihak. Dalam observasi peneliti melibatkan diri pada obyek yang menjadi sumber data penelitian. Melalui observasi, data yang didapatkan lebih komprehensif, tajam, dan dapat diketahui tingkat makna dari aktivitas yang terlihat (Sugiyono, 2018)¹⁸. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semistruktur dengan berdialog secara santai namun tetap fokus pada pertanyaan agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pihak di salah satu industri pupuk di Gresik sebagai informan yang memiliki tugas dan fungsi dalam

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

¹⁷ Sugiyono.

¹⁸ Sugiyono.

hal pengelolaan keuangan penjualan serta pengelolaan kas untuk memberikan keterangan mengenai fakta sebenarnya. Beberapa informan yang berkenan untuk wawancara sebagai salah satu dari teknik pengumpulan data dan pemberian informasi adalah Bapak "A" selaku manajer keuangan industri pupuk di Gresik, informan kedua yakni Ibu "B" selaku karyawan bagian marketing, selanjutnya Bapak "C" selaku karyawan bagian keuangan. Informan dipilih acak menggunakan metode *snowball sampling*.

Teknik Analisis Data

Model Miles dan Huberman merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2018) mengatakan guna memberi jaminan keabsahan data, kegiatan pada analisis data kualitatif menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data¹⁹.

Uji Keabsahan Data

(Sugiyono, 2018) terdapat beberapa cara yang bisa digunakan untuk menguji suatu keabsahan atau kepercayaan suatu data, diantaranya adalah dengan perpanjangan pengamatan, triangulasi, dan *membercheck*. Dalam menguji keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan *membercheck*²⁰.

HASIL PENELITIAN

1) Reduksi Data

Reduksi data artinya mengambil hal-hal utama dan fokus pada hal-hal yang inti. Berikut merupakan reduksi data dalam penelitian ini:

Tabel 1. Reduksi Data

<i>Research Question</i>	Sub Tema	Tema
Produk	Sumber Pendapatan Biaya Pajak	Saldo Kas
Harga	Kas Masuk Kas Keluar	Nilai
Tempat	<i>Supplier</i> Retail	Distribusi
Promosi	Pameran CSR	<i>Public Relation</i>

(Prameswari, 2023) sumber arus kas yang utama dan merupakan sumber penerimaan kas berasal dari penjualan. Arus kas keluar atau sumber pengeluaran kas dapat meliputi pembayaran untuk membeli bayar dagangan, membayar gaji,

¹⁹ Sugiyono.

²⁰ Sugiyono.

membayai beban pajak, membayar biaya sewa, biaya produksi, dan lain sebagainya²¹.

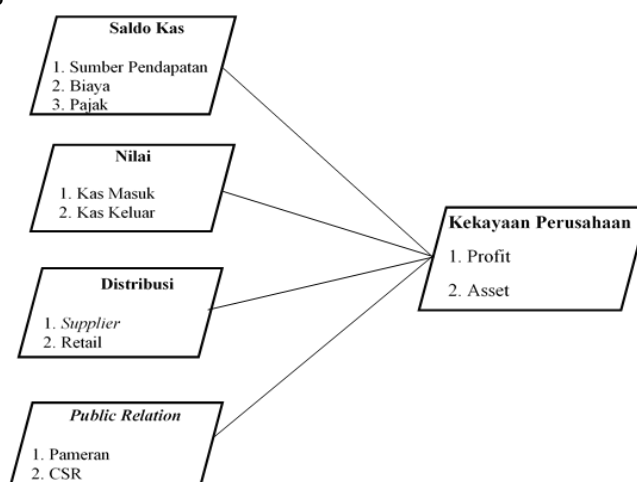
(Faridah et al., 2023) harga adalah suatu nilai dalam satuan hitung yang dikenakan oleh pembeli sebagai akibat dari kepemilikan dan penggunaan suatu produk²².

(Sudiantini & Irvana, 2023) menyatakan terdapat dua jenis saluran distribusi yaitu distribusi secara langsung dan distribusi tidak langsung. Kedua jenis distribusi tersebut terdiri dari beberapa bagian yang saling berkesinambungan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Bagian tersebut antara lain *supplier*, produsen, distributor dan toko retail sebagai rekan bisnis perusahaan, dan konsumen sebagai pembeli²³.

(Abdillah & Suriyanto, 2023) *some indicators of public relations such as good image, CSR activities, sponsoring an event, and charity event are able to influence decisions*²⁴. Terdapat beberapa indikator dari *public relation* adalah kegiatan-kegiatan positif seperti program CSR, ikut serta dalam suatu *event* (pameran), serta kegiatan-kegiatan sosial yang mampu mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

2) Penyajian Data

Berdasarkan keabsahan data dengan melakukan *membercheck* serta verifikasi data dengan referensi dari hasil reduksi data yang menghasilkan tema, maka dibuatlah penyajian data.



Gambar 2. Penyajian data

²¹ Gita Labaika Prameswari, "EVALUASI PROSEDUR PENJUALAN DAN PENERIMAAN KAS (STUDI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk – AUTO2000 MALANG SUTOYO)," *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia* 3, no. 09 (September 25, 2023): 933–46, <https://doi.org/10.59141/cerdika.v3i09.673>.

²² Faridah Faridah, Nurlina Nurlina, and Retno Widowati, "Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian," *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 5, no. 1 (April 10, 2023): 258–67, <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4547>.

²³ Dian Sudiantini and Nana Irvana, "PERAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DALAM SISTEMPRODUKSI DAN OPERASI PERUSAHAAN," 2023.

²⁴ Mukhammad Alfan Abdillah and Moh Agung Suriyanto, "The Effect of Advertising, Prices, and Public Relations on Red and White Cement Purchase Decisions in Gresik Regency," *INNOVATION RESEARCH JOURNAL* 4, no. 2 (October 1, 2023): 11, <https://doi.org/10.30587/innovation.v4i2.5095>.

3) Verifikasi Data

- (1) Saldo kas pada industri pupuk di Kabupaten Gresik bersumber dari pendapatan, biaya, dan pajak.
- (2) Nilai bagi industri pupuk yakni adanya kas masuk dan kas keluar.
- (3) Distribusi pada industri pupuk meliputi *supplier* dan *retailer* yang merupakan rekan kerja industri pupuk di Gresik
- (4) *Public Relation* yang dilaksanakan oleh industri pupuk di Gresik yakni pameran (*event*) dan CSR untuk meningkatkan *brand image* perusahaan.
- (5) Proposisi mayor yang dihasilkan berdasarkan penyajian data adalah saldo kas, nilai, distribusi, dan *public relation* berdampak pada kekayaan perusahaan.

PEMBAHASAN

Perputaran Kas Dalam Produk (*Product*)

Sumber pendapatan dapat diperoleh melalui penjualan dengan acuan untuk memperoleh laba sehingga perusahaan harus memperhatikan strategi penjualan dengan efektif. Melalui penjualan, perusahaan memperoleh pendapatan baik secara tunai maupun kredit (Prameswari, 2023)²⁵. Hal ini didukung oleh penelitian (Tenda et al., 2022) yang menjelaskan bahwa bauran pemasaran merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam peningkatan penjualan produk. Simpulan dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa efektivitas bauran pemasaran (*marketing mix 4P*) dalam meningkatkan omzet pendapatan pada usaha penjualan kacang. Harga, promosi, dan lokasi merupakan hal yang berperan penting dalam kegiatan penjualan untuk meningkatkan penjurualan dan menambah pendapatan pada usaha UD Virgin Kawangkoan²⁶.

Penjualan dan penerimaan kas saling berkaitan satu sama lain, karena ketika perusahaan mampu melakukan aktivitas penjualan maka akan menghasilkan suatu pendapatan yang masuk ke dalam saldo penerimaan kas. Dalam aktivitas penjualan, perusahaan memproduksi suatu produk barang atau jasa yang akan dijual di pasaran. Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan dari berbagai kegiatan produksi yang memiliki nilai jual untuk ditawarkan dan dijual di pasaran agar dapat dikonsumsi dan digunakan oleh para konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Keller & Hansen, 2019)²⁷.

Industri pupuk di Gresik mengolah dan membuat berbagai macam jenis produk, salah satu produk unggulan dari industri pupuk di Gresik adalah pupuk Dolomit. Pupuk Dolomit memiliki kandungan magnesium oksida (MgO) di dalamnya, sehingga pupuk ini baik untuk tanah. Jika tanah kekurangan kandungan

²⁵ Prameswari, "EVALUASI PROSEDUR PENJUALAN DAN PENERIMAAN KAS (STUDI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk - AUTO2000 MALANG SUTOYO)."

²⁶ Yosua Julio Tenda, Johnny A F Kalangi, and Danny D S Mukuan, "Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan" 3, no. 3 (2022).

²⁷ Keller & Hansen, *Marketing Management 4th European Edition*.

tersebut maka produksi tanaman menjadi kurang maksimal. Pupuk dolomit merupakan produk fisik yang dihasilkan oleh perusahaan dalam proses produksi. Produk tersebut akan dijual di pasaran sehingga menjadi sumber pendapatan dan menambah saldo kas perusahaan.

Perusahaan dalam proses produksi atau mengolah dan memproses bahan baku menjadi bahan jadi tentunya membutuhkan biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi berlangsung untuk mengubah bahan baku menjadi barang yang siap dijual di pasaran (Rostiana & Ananda, 2023)²⁸. Biaya yang termasuk dalam biaya produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung serta biaya overhead pabrik. Ketiga biaya tersebut akan mengurangi saldo kas perusahaan guna menunjang proses produksi pembuatan pupuk. Biaya produksi memperlihatkan berapa besar harga jual yang ditetapkan dari produk yang telah diproses sehingga nantinya akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang diterima perusahaan.

Produk yang telah diproses dan siap dijual di pasaran nantinya akan dikenakan pajak yakni pajak pertambahan nilai (PPN). Menurut (Indahsari & Fitriandi, 2021) pajak pertambahan nilai (PPN) adalah salah satu pajak yang memberikan partisipasi terhadap penerimaan negara, dan dapat menjadi besaran yang besar bagi negara²⁹. PPN merupakan pajak atas konsumsi suatu produk yang dikenakan oleh konsumen akhir produk. PPN tersebut menjadi kewajiban konsumen serta akan masuk ke saldo kas perusahaan untuk dibayarkan kepada negara.

Namun, apabila industri pupuk di Gresik membeli bahan baku atau produk dari vendor atau perusahaan lain maka perusahaan wajib membayar pajak yang sudah diperhitungkan sehingga kewajiban pajak tersebut menjadi kewajiban perusahaan pula dan akan mengurangi saldo kas perusahaan.

Perputaran Kas dalam Harga (*Price*)

Keputusan dalam menentukan harga sangat penting dalam menggambarkan kualitas suatu produk serta berperan dalam memberikan manfaat pada produk yang telah dibuat. Harga merupakan besaran nilai dalam satuan uang yang harus dibayarkan kepada konsumen terhadap produk atau jasa yang telah dibeli dan dikonsumsi (Keller & Hansen, 2019)³⁰. Jumlah uang yang harus dibayarkan tersebut memperlihatkan nilai dari suatu produk. Harga produk di industri pupuk di Gresik khususnya produk pupuk Dolomit dibandrol dengan harga yang berbeda beda mulai dari 15.000/kg nya. Harga tersebut sudah sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diberikan.

²⁸ Nini Rostiana and Febryandhie Ananda, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Roti Di Kota Padang" 3, no. 2 (2023).

²⁹ Devi Nur Indahsari and Primandita Fitriandi, "PENGARUH KEBIJAKAN INSENTIF PAJAK DI MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENERIMAAN PPN," *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara (PKN)* 3, no. 1 (September 17, 2021): 24-36, <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i1.1202>.

³⁰ Keller & Hansen, *Marketing Management 4th European Edition*.

Jika konsumen membeli pupuk dengan harga yang sudah ditetapkan, maka perusahaan berhak menerima kas masuk melalui penjualan pupuk tersebut. Namun, harga yang ditetapkan oleh perusahaan tetap disesuaikan dengan besaran biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk meminimalisir kerugian yang ditanggung oleh perusahaan.

Perputaran Kas dalam Saluran Distribusi (*Place*)

Industri pupuk di Gresik merupakan jenis perusahaan manufaktur yang selalu menjalin kerjasama dengan para penyedia bahan baku (*supplier*). (Novrianti & Roidelindho, 2022) *supplier* merupakan rekan bisnis yang memegang peranan penting dalam menjamin ketersediaan material pasokan yang dibutuhkan oleh perusahaan³¹. Bahan baku dibeli melalui *supplier* atau vendor. Kinerja *supplier* akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Maka dari itu, pemilihan *supplier* menjadi sangat penting karena bahan baku akan digunakan untuk kebutuhan jangka panjang perusahaan. Lokasi *supplier* yang terjangkau dan strategis dengan letak perusahaan menjadi hal yang penting karena meminimalisir pengeluaran biaya pengiriman bahan baku.

Selain peran *supplier* dalam proses produksi, perusahaan juga memerlukan peran pihak ketiga dalam hal distribusi produk. Industri pupuk di Gresik melakukan distribusi produk salah satunya bekerjasama dengan distributor berupa toko retail yang akan membantu perusahaan dalam proses distribusi penjualan pupuk. Semakin luas jangkauan distribusinya maka semakin banyak peluang perusahaan dalam memperoleh pendapatan kas melalui penjualan karena produk akan dikenal dan tersebar secara merata melalui toko-toko retail.

Perputaran Kas dalam Promosi (*Promotion*)

Promosi sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan karena promosi digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran. Dengan promosi, tujuan dari dibuatnya produk akan tersampaikan oleh masyarakat yang masih awam dengan produk yang baru dipasarkan. Promosi tidak hanya dilakukan pada produk baru saja, untuk menjaga keberlanjutan produk, promosi perlu diterapkan secara terus menerus dengan cara yang dianggap efektif bagi perusahaan. Industri pupuk di Gresik melakukan promosi salah satunya dengan mengadakan demoplot.

Demoplot merupakan kegiatan perusahaan dengan mengikuti suatu *event* pameran dengan tujuan untuk menunjukkan secara langsung bagaimana manfaat yang bisa diberikan oleh pupuk olahan industri pupuk di Gresik. Demoplot ini merupakan salah satu contoh promosi perusahaan dalam bentuk *direct selling*. Hal ini sejalan dengan (Akbar et al., 2020) memaparkan bahwa kegiatan pemasaran sudah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran (*marketing mix*), akan

³¹ Dian Puspita Novrianti and Kiki Roidelindho, "Analytical Hierarchy Process (AHP) Supplier Selection Analysis on MSME Banana Chocolate Ajo Sikumbang in Pekanbaru City," *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND APPLICATIONS* 7, no. 1 (June 27, 2022): 107, <https://doi.org/10.31258/ijeba.7.1.107-119>.

tetapi pada unsur promosi kurang diterapkan dengan optimal karena masih menggunakan *personal selling*³².

Selain promosi dengan cara ikut serta pada suatu *event*, industri pupuk di Gresik juga menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). CSR adalah salah satu aktivitas yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan nama perusahaan yang baik dan menarik dalam menciptakan nama baik dan citra perusahaan untuk mempengaruhi konsumen (Nugraha & Nuswantoro, 2023)³³. CSR merupakan strategi industri pupuk di Gresik untuk memberikan brand image yang positif dan bertujuan untuk keberlanjutan perusahaan.

Beberapa program CSR yang telah dilakukan oleh industri pupuk di Gresik adalah program donor darah bagi masyarakat sekitar perusahaan, program beasiswa pada anak-anak yang kurang mampu dan memiliki prestasi, sunat massal, dan lain sebagainya. Program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tersebut meningkatkan citra positif perusahaan dan meningkatkan standar hidup baik perusahaan maupun individu terkait. Program CSR yang telah dijalankan perusahaan merupakan wujud implementasi CSR industri pupuk di Kabupaten Gresik.

Perputaran Kas Dalam Bauran Pemasaran (*marketing mix*)

Perputaran kas dalam perspektif bauran pemasaran (*marketing mix*) berdampak pada kekayaan perusahaan sehingga perusahaan memperoleh laba yang optimal serta asset perusahaan yang luas dan besar jumlahnya. Berdasarkan penyajian dan verifikasi data dapat ditemukan model penelitian yaitu saldo kas, nilai, distribusi, dan *public relation* berdampak positif pada kekayaan perusahaan. Model dari hasil penelitian ini merupakan novelty.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perputaran kas industri pupuk di Gresik berasal dari penjualan tunai dan kredit. Dalam aktivitas penjualan, perusahaan menerapkan bauran pemasaran sebagai strategi pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), serta promosi (*promotion*). Perputaran kas dalam perspektif produk yakni sebagai sumber pendapatan, alokasi distribusi biaya serta pembayaran dan penerimaan kewajiban pajak. Ketiga indikator produk tersebut berperan dalam menambah dan mengurangi saldo kas perusahaan. Perputaran kas

³² Tegar Ramadhan Akbar, Dyah Aring Hepiana Lestari, and Adia Nugraha, "ANALISIS BAURAN PEMASARAN, RISIKO, DAN KINERJA KEUANGAN AGROINDUSTRI KOPI BUBUK CAP OBOR MAS LAMPUNG, DI KECAMATAN KOTABUMI KOTA, KABUPATEN LAMPUNG UTARA," *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 8, no. 1 (August 5, 2020): 78, <https://doi.org/10.23960/jiia.v8i1.4345>.

³³ Dicky Aditiya Nugraha and Universitas Dian Nuswantoro, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pemasaran Media Sosial, Promosi Penjualan, Dan Nilai Keuntungan Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Tokopedia," 2023.

dalam perspektif harga yakni sebagai kas masuk dan kas keluar karena harga merupakan suatu nilai dari produk yang telah di proses. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang bisa menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Perputaran kas dalam perspektif saluran distribusi yakni adanya peran *supplier* serta peran distributor yang dalam hal ini adalah toko retail sebagai sarana distribusi penjualan dan rekan kerja perusahaan. Perputaran kas dalam promosi yakni pentingnya perusahaan dalam melakukan promosi secara *direct selling* dengan mengikuti *event* pameran serta melakukan CSR sebagai upaya peningkatan *brand image* perusahaan.

Perputaran kas dalam perspektif bauran pemasaran berdampak pada kekayaan perusahaan sehingga perusahaan memperoleh laba yang optimal serta asset perusahaan yang luas dan besar jumlahnya. Secara komprehensif model penelitian ini yakni saldo kas, nilai, distribusi, dan *public relation* berdampak positif pada kekayaan perusahaan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian terkait pengumpulan data, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teknik *purposive sampling* agar jawaban dari *key informan* tepat sasaran sebab informan lebih memahami perputaran kas dan menggunakan sudut pandang aspek komunikasi organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Mukhammad Alfian, and Moh Agung Suriyanto. "The Effect of Advertising, Prices, and Public Relations on Red and White Cement Purchase Decisions in Gresik Regency." *INNOVATION RESEARCH JOURNAL* 4, no. 2 (October 1, 2023): 11. <https://doi.org/10.30587/innovation.v4i2.5095>.
- Akbar, Tegar Ramadhan, Dyah Aring Hepiana Lestari, and Adia Nugraha. "ANALISIS BAURAN PEMASARAN, RISIKO, DAN KINERJA KEUANGAN AGROINDUSTRI KOPI BUBUK CAP OBOR MAS LAMPUNG, DI KECAMATAN KOTABUMI KOTA, KABUPATEN LAMPUNG UTARA." *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 8, no. 1 (August 5, 2020): 78. <https://doi.org/10.23960/jiia.v8i1.4345>.
- Aslamiyah, Suaibatul, and Rahmat Agus Santoso. "Implementasi Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) MCM," 2023.
- Effendy, Aidil Amin. "ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AZKA TOYS PAMULANG TANGERANG SELATAN" 1, no. 1 (2019).
- Faridah, Faridah, Nurlina Nurlina, and Retno Widowati. "Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 5, no. 1 (April 10, 2023): 258-67. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4547>.
- Indahsari, Devi Nur, and Primandita Fitriandi. "PENGARUH KEBIJAKAN INSENTIF

- PAJAK DI MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENERIMAAN PPN.” *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara (PKN)* 3, no. 1 (September 17, 2021): 24–36. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i1.1202>.
- Jannah, Rodhotul, and Mar’atus Solikah. “ARUS KAS TERHADAP LIKUIDITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN (2019-2021)” 2 (2023).
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan, Cetak Kesepuluh*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2018.
- Keller & Hansen. *Marketing Management 4th European Edition*. Pearson, 2019.
- Kotler & Armstrong. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Erlangga, 2018.
- Kotler, Armstrong. *Principle of Marketing*. Pearson, 2020.
- Meli Makin, Gregorius, and Setiyawan Setiyawan. “Effect of Promotion Mix on Purchasing Decisions on the Shopee Platform with Lifestyle as an Intervening Variable.” *The Management Journal of Binaniaga* 8, no. 1 (June 30, 2023): 17–26. <https://doi.org/10.33062/mjb.v8i1.17>.
- Novrianti, Dian Puspita, and Kiki Roidelindho. “Analytical Hierarchy Process (AHP) Supplier Selection Analysis on MSME Banana Chocolate Ajo Sikumbang in Pekanbaru City.” *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS AND APPLICATIONS* 7, no. 1 (June 27, 2022): 107. <https://doi.org/10.31258/ijeba.7.1.107-119>.
- Nugraha, Dicky Aditiya, and Universitas Dian Nuswantoro. “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pemasaran Media Sosial, Promosi Penjualan, Dan Nilai Keuntungan Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Tokopedia,” 2023.
- Nurfina, Elin, and Wasti Reviandani. “NALISIS PERPUTARAN KAS PADA PT RAYA BUMI NUSANTARA PERMAI,” 2022.
- Prameswari, Gita Labaika. “EVALUASI PROSEDUR PENJUALAN DAN PENERIMAAN KAS (STUDI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk – AUTO2000 MALANG SUTOYO).” *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia* 3, no. 09 (September 25, 2023): 933–46. <https://doi.org/10.59141/cerdika.v3i09.673>.
- Reviandani, Wasti. *Pengantar Akuntansi*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2019.
- Rostiana, Nini, and Febryandhie Ananda. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Roti Di Kota Padang” 3, no. 2 (2023).
- Sudiantini, Dian, and Nana Irvana. “PERAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DALAM SISTEMPRODUKSI DAN OPERASI PERUSAHAAN,” 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Tenda, Yosua Julio, Johnny A F Kalangi, and Danny D S Mukuan. “Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan” 3, no. 3 (2022).