

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

##### Widiyani (2005)

Penelitian yang berjudul “Pengendalian Piutang yang Efektif sebagai Salah Satu Usaha untuk Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan (Studi kasus pada Perusahaan Tenun Nasional Sartimboel Ngunut)”, menjelaskan bahwa piutang harus dikelola dengan baik oleh perusahaan. Piutang sedapat mungkin dilunasi tepat pada waktu yang telah ditentukan dengan harapan perusahaan dapat menjaga profitabilitas perusahaan. Peneliti menemui permasalahan pada perusahaan yang ditelitinya dalam hal keterlambatan dalam pengumpulan piutang dan penurunan tingkat profitabilitas. Pemecahan masalah yang ditempuh oleh peneliti adalah dengan menjalankan kebijakan penjualan kredit yang baru. Pengendalian piutang yang tidak efisien dapat menyebabkan perputaran piutang menjadi lebih lama dan penyimpangan piutang menjadi semakin besar. Kebijakan piutang yang dijalankan oleh penulis berdampak pada peningkatan laba, gross profit margin, serta perputaran piutang menjadi lebih cepat. Kebijakan piutang tersebut ditempuh dalam rangka untuk mempercepat perputaran piutang dan meningkatkan perputaran piutang yang sebelumnya dimiliki oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pengendalian piutang serta kebijakan piutang yang baik dapat mengakibatkan naiknya tingkat perputaran piutang serta diikuti pula oleh peningkatan rasio profitabilitas perusahaan.

### **Ramadhayanti (2010)**

Penelitian yang berjudul “Pengelolaan Piutang yang Efektif untuk Meningkatkan Rentabilitas (Studi Kasus pada Koperasi Karyawan Industri Statomer, Merak)” menarik kesimpulan bahwa apabila kebijakan kredit diterapkan secara tepat oleh manajemen kredit tanpa mengabaikan pencapaian efisiensi sehingga dapat meningkatkan rentabilitas koperasi, maka dapat dikatakan bahwa pengelolaan piutang yang efektif tercapai. Pihak perusahaan hendaknya secara intensif dan efektif melakukan penagihan atas piutangnya dan selalu mengevaluasi kembali kebijakan pengelolaan piutang. Dana hasil pengembalian piutang akan lebih baik apabila kembali diinvestasikan ke dalam bidang yang lebih produktif guna meningkatkan rentabilitas perusahaan.

### **B. Piutang**

#### **1. Pengertian Piutang**

Menurut Soemarso, dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Suatu Pengantar mendefinsikan pengertian piutang sebagai berikut:

“Piutang merupakan kebiasaan bagi perusahaan untuk memberikan kelonggaran-kelonggaran kepada para pelanggan pada waktu melakukan penjualan. Kelonggaran-kelonggaran yang diberikan biasanya dalam bentuk memperbolehkan para pelanggan tersebut membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan.” (Soemarso, 2004:338).

Sedangkan menurut Jhon J. Wild, K.R Subrayaman, Robert F. Halsey dalam Buku Analisis Laporan Keuangan mengatakan bahwa “Piutang (receivables) merupakan nilai jatuh tempo yang berasal dari penjualan barang atau jasa atau dari pemberian pinjaman uang” (Wild, Subrayaman,dan Halsey, 2005:260).

Berdasarkan uraian mengenai definisi piutang di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa piutang merupakan kebijakan perusahaan untuk memberikan kelonggaran kepada pelanggan dalam melakukan pembayaran atas penjualan barang atau jasa yang mempunyai nilai jatuh tempo.

Piutang timbul karena terjadinya penjualan yang dilakukan secara kredit. Bagi banyak perusahaan, kebijakan menjual barangnya secara kredit diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan dan menambah laba perusahaan. Sistem penjualan secara kredit akan menimbulkan angka piutang menjadi meningkat, dan laba perusahaan diharapkan dapat meningkat pula. Kebijakan penjualan secara kredit tidak selalu menguntungkan, tetapi juga selalu membawa resiko tersendiri, yaitu resiko piutang yang tidak dapat ditagih. Semakin tinggi nilai piutang, apabila tidak dikelola dan dikendalikan secara baik juga akan diikuti dengan tingginya resiko piutang yang tidak dapat ditagih. Sundjaja dan Barlian (Sundjaja dan Barlian, 2003: 272) dalam Buku Manajemen Keuangan mengatakan bahwa:

“Bagi perusahaan yang melakukan kebijaksanaan penjualan secara kredit selalu terdapat resiko adanya piutang yang tidak tertagih akibat pelanggan yang terlambat membayar atau pun yang bangkrut. Dengan membiarkan uang perusahaan terikat pada piutang dagang, perusahaan kehilangan nilai waktu dari uang (kerugian atas bunga) dan mempunyai resiko tidak dibayar oleh pelanggan.” (Sundjaja dan Barlian, 2003:272)

## 2. Fungsi dan Tujuan Piutang

Menurut pandangan Hasibuan (2005: 88), fungsi dan tujuan piutang bagi masyarakat adalah sebagai berikut:

“Fungsi piutang:

- a. Menjadi motivator dan dinamisator peningkatan kegiatan perdagangan dan perekonomian

- b. Memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat
  - c. Memperlancar arus barang dan arus uang
  - d. Meningkatkan produktivitas yang ada
  - e. Meningkatkan daya guna (utility) barang
  - f. Meningkatkan kegairahan masyarakat
  - g. Memperlancar modal kerja perusahaan
  - h. Meningkatkan income per capita (ICP) masyarakat
- Tujuan piutang:
- a. Memperoleh pendapatan dari bunga kredit
  - b. Memanfaatkan dan memproduksi dana-dana yang ada
  - c. Memenuhi permintaan kredit dari masyarakat
  - d. Memperlancar lalu lintas pembayaran
  - e. Menambah modal kerja perusahaan
  - f. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat”

### 3. Jenis-Jenis Piutang

Piutang dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk. Menurut pendapat Hermawan dan Masyhad (2006) dalam Buku Akuntansi untuk Perusahaan Jasa dan Dagang, piutang dibedakan menjadi tiga, di antaranya:

- a. Piutang Dagang
- b. Piutang Wesel
- c. Piutang Lainnya

Penjelasan dari ketiga jenis piutang di atas adalah sebagai berikut:

- Piutang dagang adalah piutang yang terjadi karena transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit.
- Piutang wesel merupakan pernyataan secara tertulis pihak yang berhutang (debitur) kepada pihak yang memberikan hutang (kreditur) untuk melunasi sejumlah dana pada waktu tertentu di masa akan datang.
- Piutang lainnya meliputi piutang yang bukan berasal dari penjualan barang dagangan, misalnya piutang karyawan, piutang bunga, piutang

deviden, dan piutang pemegang saham. Piutang lainnya jangka waktunya tidak ditentukan, tetapi biasanya jangka panjang.

#### 4. Penilaian Piutang

Buku Prinsip Akuntansi Indonesia menyatakan bahwa “Piutang dinyatakan sebesar jumlah bruto tagihan dikurangi dengan taksiran jumlah yang tidak dapat diterima”. Berdasarkan prinsip yang dijelaskan di atas, maka dapat diketahui bahwa untuk melaporkan piutang dalam neraca adalah sebesar jumlah yang akan direalisasikan, yaitu jumlah yang diharapkan akan dapat ditagih. Jumlah piutang yang diharapkan dapat ditagih dihitung dengan cara mengurangkan jumlah piutang dengan jumlah piutang yang diperkirakan tidak akan dapat ditagih. Jumlah kerugian piutang dapat dihitung pada setiap akhir periode yang disusun melalui neraca. Kerugian yang disebabkan piutang dibebankan pada periode yang bersangkutan sehingga dapat dihubungkan antara kerugian piutang dengan penjualan-penjualan yang mengakibatkan timbulnya piutang tersebut.

Menurut Baridwan dalam bukunya *Intermediate Accounting*, menyatakan bahwa:

“Apabila jelas bahwa piutang sudah tidak dapat ditagih maka rekening cadangan kerugian piutang didebit dan piutangnya dihapuskan. Penghapusan piutang baru dilakukan jika terdapat bukti-bukti yang jelas seperti debitemnya bangkrut, meninggal, dan lain-lain.” (Baridwan, 2004: 126)

Selain menggunakan cadangan kerugian piutang, ada satu cara lain untuk mengakui kerugian piutang yang disebut metode penghapusan piutang.

Metode penghapusan piutang dilakukan apabila kerugian piutang baru diakui

pada waktu piutang dihapuskan dan penghapusan piutang baru dilakukan bila terdapat bukti-bukti yang jelas.

#### 5. Cadangan Kerugian Piutang

Setiap akhir periode dilakukan penaksiran jumlah kerugian piutang yang akan dibebankan ke periode yang bersangkutan. Menurut Zaki Baridwan, masih dalam buku *Intermediate Accounting*, menjelaskan ada dua dasar yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah kerugian piutang, yaitu:

1. Jumlah penjualan

Apabila kerugian piutang itu dihubungkan dengan proses pengukuran laba yang diteliti maka dasar perhitungan kerugian piutang adalah jumlah penjualan (pendekatan pendapatan-biaya)

2. Saldo Piutang

Apabila saldo piutang digunakan sebagai dasar perhitungan kerugian piutang maka arahnya adalah menilai aktiva dengan teliti (pendekatan aktiva-utang)

(Baridwan, 2004: 126)

Kerugian piutang yang dihitung atas dasar jumlah penjualan dihitung dengan cara mengalikan persentase tertentu dengan jumlah penjualan pada periode yang bersangkutan. Persentase kerugian piutang dihitung dari perbandingan piutang yang dihapus dengan jumlah penjualan tahun-tahun lalu kemudian disesuaikan dengan keadaan tahun yang bersangkutan. Kerugian piutang ini timbul karena adanya penjualan kredit, oleh karena itu sebaiknya kerugian piutang juga dihitung dari penjualan kredit. Akan tetapi, karena pemisahan jumlah penjualan menjadi penjualan tunai dan kredit menimbulkan pekerjaan tambahan, maka untuk praktisnya persentase kerugian piutang dapat didasarkan pada jumlah penjualan periode yang bersangkutan. Taksiran kerugian piutang ini dibebankan ke rekening kerugian piutang dan kreditnya

adalah rekening cadangan kerugian piutang. Sedangkan kerugian piutang yang didasarkan atas saldo piutang dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu jumlah cadangan piutang dinaikkan sampai persentase tertentu dari saldo piutang, cadangan ditambah dengan persentase tertentu dari saldo piutang, dan jumlah cadangan dinaikkan sampai suatu jumlah yang dihitung dengan menganalisa umur piutang.

### C. Manajemen Piutang

#### 1. Konsep Dasar

Manajemen piutang menyangkut evaluasi atas kebijakan kredit dengan membandingkan *benefit* dan pengorbanan/*cost* yang timbul karena perubahan kebijakan kredit. Pengorbanan tambahan yang terjadi karena penjualan kredit meliputi: biaya modal, piutang tidak tertagih, dan biaya *discount* (Wiagustini: 2010:143). Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang dapat berupa *volume* penjualan kredit, syarat pembayaran penjualan kredit, ketentuan tentang pembatasan kredit, kebijaksanaan dalam mengumpulkan piutang, serta kebiasaan membayar dari para pelanggan.

Kebijakan manajemen piutang menyangkut tentang standar kredit dan persyaratan kredit. Standar kredit adalah suatu kriteria yang dipakai perusahaan untuk menyeleksi para langganan yang akan diberikan kredit dan berapa jumlah yang harus diberikan. Sedangkan persyaratan kredit adalah kondisi yang disyaratkan untuk pembayaran kembali piutang dari para langganan. Menurut Ni Luh Putu Wiagustini dalam Buku Dasar-Dasar

Manajemen Keuangan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memperkecil resiko piutang. Hal-hal tersebut di antaranya:

- a. “Plafon dari dapat kredit
- b. Periode kredit
- c. Pemberian diskon
- d. Kebijakan mengenai penagihan
- e. Seleksi terhadap pelanggan”  
(Wiagustini, 2010:142)

## 2. Seleksi dalam Pemberian Kredit

Seleksi dalam pemberian kredit adalah suatu keputusan di mana seseorang/perusahaan akan memberikan kredit kepada pelanggannya dan berapa besar kredit yang diberikan (Sundjaja dan Barlian, 2003: 272). Sumber informasi kredit dan metode analisis kredit yang tepat harus dikembangkan. Tiap-tiap aspek dari pemilihan kredit merupakan hal yang penting untuk keberhasilan mengelola piutang dagang. Lima prinsip yang sering digunakan oleh analis kredit untuk menganalisa kemampuan pemohon kredit adalah sebagai berikut:

- a. *Character*  
Prinsip ini meneliti dan memperhatikan sifat pribadi, cara hidup, status sosial, dan lain-lain. Hal ini penting karena berkaitan dengan kemauan untuk membayar.
- b. *Capacity*  
Prinsip ini memperhatikan kemampuan pimpinan perusahaan serta stafnya dalam meraih penjualan atau pun pendapatan yang diukur melalui penjualan yang dicapai pada masa lalu dan juga keahlian yang dimiliki dalam bidang usahanya. Hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk membayar.
- c. *Capital*  
Capital merupakan kondisi kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan pemohon kredit. Hal ini bisa dilihat dari neraca, laporan rugi laba, struktur permodalan, rasio-rasio keuntungan yang diperoleh seperti *return on equity* dan *return on investment*. Berdasar kondisi di atas dapat dinilai apakah layak calon pelanggan diberi pembiayaan, dan berapa besar plafon pembiayaan yang layak diberikan.



d. *Collateral*

*Collateral* adalah jaminan yang mungkin bisa disita apabila ternyata calon pelanggan benar-benar tidak bisa memenuhi kewajibannya. *Collateral* ini diperhitungkan paling akhir, artinya bilamana masih ada suatu kesangsian dalam pertimbangan-pertimbangan yang lain, maka bisa menilai harta yang mungkin bisa dijadikan jaminan.

e. *Condition*

Prinsip ini memperhatikan kondisi perekonomian pada umumnya serta kecenderungan perekonomian yang akan mempengaruhi jalannya usaha perusahaan. Ada suatu usaha yang sangat tergantung dari kondisi perekonomian, oleh karena itu perlu mengaitkan kondisi ekonomi dengan usaha calon pelanggan. (Sundjaja dan Barlian, 2003: 272).

Analisis kredit memberikan perhatian utama terhadap *character* (karakter) dan *capacity* (kemampuan) karena merupakan dasar yang paling utama dalam memberikan kredit (Sundjaja dan Barlian, 2003: 273). Pertimbangan terhadap ketiga prinsip yang lain, yaitu *capital*, *collateral*, dan *condition* dianggap penting dalam menyusun rencana kredit serta dalam membuat keputusan akhir, yang juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pertimbangan dari analisis kredit.

Perusahaan menyusun prosedur khusus untuk digunakan dalam analisis kredit – evaluasi pemohon kredit. Seringkali perusahaan tidak hanya harus menentukan kemampuan kredit dari pelanggan, tetapi juga harus memperkirakan jumlah maksimum kredit yang dapat diberikan. Perusahaan dapat memberikan batas kredit, yaitu jumlah maksimum pelanggan dapat berhutang kepada perusahaan. Menurut Ridwan S. Sundjaja dan Inge Barlian dalam Buku Manajemen Keuangan,

“Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menganalisa informasi kredit adalah sebagai berikut:”

- a. Prosedur
- b. Pertimbangan ekonomi

- c. Masalah usaha kecil  
(Sundjaja dan Barlian, 2003:274)

Penjelasan dari faktor-faktor di atas adalah sebagai berikut:

- a. Prosedur  
Prosedur untuk menganalisa informasi kredit dapat diperoleh dari laporan keuangan dan perkiraan hutang dalam buku besar untuk menghitung rata-rata periode bayar. Nilai yang diperoleh dapat dibandingkan dengan persyaratan kredit yang telah diberikan oleh perusahaan. Pelanggan yang mengajukan dalam jumlah besar dapat dilakukan dengan menganalisa rasio dari likuiditas, aktivitas, hutang, dan profitabilitas dengan menggunakan laporan keuangan yang relevan. Salah satu input penting dalam pemberian keputusan kredit adalah pertimbangan subjektif dari analisis kredit. Pengalaman analisis merupakan aspek non-kuantitatif atas kualitas operasi perusahaan.
- b. Pertimbangan ekonomi  
Kegiatan mengevaluasi kemampuan kredit dari pelanggan yang mengajukan permohonan kredit untuk transaksi khusus maupun pelanggan rutin, prosedur dasar untuk mengevaluasi kemampuan kredit dari pelanggan adalah sama. Perbedaannya terletak pada kedalaman dari analisa. Prosedur penyeleksian kredit harus dibuat dengan dasar ekonomi yang baik berdasarkan pertimbangan biaya dan manfaat dalam memperoleh informasi kredit dan menganalisa informasi kredit.
- c. Masalah usaha kecil  
Manajemen piutang merupakan salah satu masalah utama yang dihadapi oleh usaha kecil. Perusahaan kecil biasanya kekurangan orang dan mempunyai kelemahan dalam proses untuk pengambilan keputusan. Sekalipun perusahaan kecil, pengambilan keputusan harus dibuat dengan dasar keuangan dan prinsip-prinsip usaha yang baik. Lebih baik pelanggan potensial dikecewakan daripada timbul piutang yang tidak dapat ditagih di kemudian hari sehingga membangkrutkan perusahaan (Sundjaja dan Barlian, 2003:274).

Seleksi dalam pemberian kredit yang selanjutnya adalah berkaitan dengan angka kredit. Angka kredit berhubungan dengan penetapan standar kredit dan analisis kredit untuk membuat keputusan kredit. Angka kredit merupakan prosedur yang dihasilkan dalam bentuk angka untuk mengukur keseluruhan kemampuan peminjam dalam membayar kredit, yaitu dengan pembobotan

rata-rata data keuangan dan karakteristik kredit. Angka kredit biasanya digunakan oleh perusahaan yang memiliki operasi kredit besar.

### 3. Standar Kredit

Kegiatan mengevaluasi berbagai permohonan kredit atau dalam menentukan kebijakan piutang, pengaruh kebijakan piutang yang utama terlihat pada laba perusahaan. Perusahaan perlu menyiapkan laporan laba rugi untuk setiap alternatif kebijakan yang akan dilakukan sebagai alat untuk menganalisa pengaruh terhadap laba perusahaan. “Standar kredit adalah persyaratan minimum untuk memberikan kredit kepada pelanggan” (Sundjaja dan Barlian, 2003: 276).

Selanjutnya, Sundjaja dan Barlian menjelaskan bahwa, “Untuk mendapatkan gambaran mengenai bagaimana pengambilan keputusan atas standar kredit maka harus memahami variabel utama yang akan dipertimbangkan” (Sundjaja dan Barlian, 2003: 276). Variabel utama yang dimaksud di antaranya adalah:

#### a. *Volume* penjualan atau hasil penjualan

Perubahan standar kredit diharapkan akan merubah *volume* penjualan. Jika standar kredit diperlonggar, *volume* penjualan diharapkan meningkat dan hasil penjualan meningkat. Jika standar kredit diperketat, *volume* penjualan diperkirakan menurun.

#### b. Investasi pada piutang

Memiliki piutang menimbulkan biaya bagi perusahaan. Makin tinggi investasi pada piutang, makin besar pula investasinya. Jika standar

kredit diperlonggar, *volume* piutang perusahaan meningkat, disertai dengan biaya investasinya. Perubahan ini dihasilkan dari peningkatan penjualan dan perpanjangan periode penagihan dari penjualan kredit.

c. Biaya piutang ragu-ragu

Probabilitas atau resiko dari perolehan piutang ragu-ragu akan meningkat, jika standar kredit diperlonggar. Peningkatan piutang ragu-ragu berkaitan dengan pelanggaran standar kredit yang akan meningkatkan biaya piutang ragu-ragu sehingga berdampak negatif terhadap laba perusahaan.

Besarnya investasi pada piutang dagang dapat dihitung dengan mencari biaya pengadaan piutang dari jumlah dana yang diinvestasikan pada piutang dan menambahkannya dengan biaya dari penghematan atau penambahan yang disebabkan karena adanya piutang. Wiagustini (2010: 140) menyatakan:

“Penentuan besarnya investasi pada piutang perlu memperhatikan hal berikut:

- a. Rata-rata pengumpulan piutang
- b. Tingkat perputaran piutang, yaitu jumlah hari dalam satu tahun dibagi dengan jangka waktu kredit
- c. Jumlah investasi pada piutang, yaitu penjualan kredit dibagi dengan tingkat perputaran piutang.”

Kegiatan menganalisis biaya investasi melibatkan kebijakan-kebijakan kredit yang akan ditempuh, khususnya persyaratan kredit. Kegiatan ini akan memperhitungkan besarnya piutang yang didapat dengan cara membagi nilai penjualan dengan nilai perputaran piutang. setelah melakukan perhitungan besarnya piutang, kemudian diperhitungkan antara nilai perhitungan besarnya piutang dengan persentase biaya investasi pada piutang sesuai dengan

kebijakan perusahaan. Langkah berikut adalah dengan memperhitungkan biaya kesempatan, biaya administrasi, biaya penagihan, biaya piutang ragu-ragu, dan biaya perkiraan pengambilan diskon untuk tiap-tiap persyaratan kredit yang akan dijalankan. Selain itu juga harus diperhitungkan harga pokok penjualan dengan dasar proyeksi total penjualan untuk tiap-tiap rencana persyaratan kredit. Apabila semua data yang diperhitungkan di atas telah terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan perbandingan ke dalam laporan laba rugi untuk tiap-tiap kebijakan persyaratan kredit. Proyeksi laporan tersebut akan memperlihatkan laba sebelum pajak untuk masing-masing kebijakan kredit. Berdasar laba sebelum pajak ini lah, perusahaan dapat memilih kebijakan piutang yang tepat terkait dengan persyaratan kredit.

#### 4. Persyaratan Kredit

Persyaratan kredit menurut Sundjaja dan Barlian adalah “Syarat pembayaran yang dibutuhkan bagi pelanggan” (Sundjaja dan Barlian, 2003: 284). Sebagai contoh apabila sebuah perusahaan menggunakan syarat kredit dengan formula  $2/10 - n/30$ , maka artinya pembeli akan menerima potongan sebesar 2% apabila melakukan pembayaran paling lambat dilakukan dalam waktu 10 hari pada awal periode kredit, tetapi jika pelanggan tidak mengambil diskon tunai maka keseluruhan pembayaran harus dilakukan dalam waktu 30 hari setelah awal periode kredit. Persyaratan kredit, berdasar contoh syarat kredit di atas, terdiri dari tiga unsur, yaitu:

- a. Potongan tunai atau *cash discount*, dalam contoh di atas sebesar 2%
- b. Periode potongan tunai, dalam contoh di atas adalah 10 hari

c. Periode kredit, dalam contoh di atas adalah 30 hari

Persyaratan kredit yang ditempuh oleh perusahaan harus tepat. Perusahaan senantiasa perlu memperhitungkan kondisi kemampuan pembeli dan memperhatikan karakteristik pembeli. Dimisalkan perusahaan memiliki dua syarat kredit, yaitu 2/10 n/40 dan 2/10 n/60. Kedua syarat kredit di atas dapat digunakan sebagai acuan dalam melihat kemampuan pembeli dalam menilai biaya yang harus ditanggung oleh pembeli karena tidak diambilnya potongan tunai. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Syarat kredit 1:

$$\frac{0,02}{1 - 0,02} \times \frac{360}{30} = 0,245 \text{ atau } 24,5\%$$

Syarat kredit 2:

$$\frac{0,02}{1 - 0,02} \times \frac{360}{50} = 0,147 \text{ atau } 14,7\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui biaya yang harus ditanggung oleh pembeli karena tidak diambilnya potongan tunai pada syarat kredit pertama adalah sebesar 24,5% dan syarat kredit yang kedua adalah sebesar 14,7%. Setelah mengetahui perhitungan di atas perusahaan dapat memposisikan dirinya sebagai pembeli untuk menilai keadaan di atas. Selain menilai kemampuan pembeli dalam memilih syarat kredit yang diinginkan, perusahaan tidak boleh mengesampingkan faktor pesaing. Kebijakan kredit dari pesaing juga dapat dijadikan acuan untuk menetapkan syarat kredit yang tepat sasaran.

## 5. Kebijakan Penagihan Piutang

“Kebijakan penagihan adalah sekumpulan prosedur penagihan suatu piutang dagang pada saat jatuh tempo” (Sundjaja ,Barlian, 2003: 290).

Efektivitas dari kebijakan penagihan hanya sebagian dapat dievaluasi dengan melihat pada tingkat biaya piutang ragu-ragu, karena tergantung tidak hanya pada kebijakan penagihan, tetapi juga pada kebijakan dasar pemberian kredit.

Apabila dimisalkan bahwa tingkat piutang ragu-ragu yang disebabkan oleh kebijakan kredit adalah relatif konstan, maka peningkatan biaya penagihan atas piutang ragu-ragu dapat mengurangi piutang ragu-ragu. Selanjutnya, Sundjaja dan Barlian (2002:290) menjelaskan bahwa pendekatan yang umum digunakan untuk mengevaluasi kredit dan kebijakan kredit meliputi:

- a. Rasio rata-rata periode tagih
- b. Pengukuran piutang

Teknik-teknik penagihan piutang merupakan sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan bilamana langganan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan (Syamsuddin, 2007:273).

“Teknik-teknik pengumpulan piutang yang dapat ditempuh 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 dengan nada “mengingatkan” (menegur) langganan yang belum membayar tersebut bahwa utangnya sudah jatuh tempo. Apabila utang tersebut belum juga dibayar setelah beberapa hari surat dikirimkan, maka dapat dikirimkan surat kedua yang nadanya lebih keras.
- b. Melalui Telepon. Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata utang-utang tersebut belum dibayar, maka bagian kredit dapat

menelpon langganan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut dimisalkan langganan mempunyai alasan yang dapat diterima, maka perusahaan mungkin dapat memberikan perpanjangan sampai suatu jangka waktu tertentu.

- c. Kunjungan Personal. Teknik pengumpulan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat langganan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha pengumpulan piutang.
- d. Tindakan Yuridis. Bilamana ternyata langganan tidak mau membayar utang-utangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.” (Syamsuddin, 2007:273).

#### 6. Memperkecil Resiko Piutang

Kegagalan dan keberhasilan perusahaan tergantung pada permintaan atas produk dan nilai penjualan perusahaan. Sisi lain penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor ekstern dan intern. Faktor ekstern yang berkenaan dengan piutang harus selalu diperhatikan, karena faktor ekstern sangat sulit dikendalikan, terkait dengan usaha untuk memperkecil tingkat resiko piutang.

Menurut Wiagustini (2010:141),

“Hal-hal yang harus diperhatikan untuk memperkecil resiko piutang adalah sebagai berikut:

- a. Plafon dari kredit. Makin kecil perusahaan menyediakan dana untuk mendukung kebijakan kredit maka akan makin kecil resiko yang akan dihadapi perusahaan untuk penjualan kredit.
- b. Periode kredit. Makin pendek jangka waktu kredit akan makin cepat pula dana yang tertanam pada piutang menjadi kas, sehingga makin kecil resiko yang dihadapi dalam piutang.
- c. Pemberian diskon. Adanya diskon yang diberikan oleh perusahaan akan mendorong para pembeli untuk memanfaatkan diskon, sehingga merangsang pembeli untuk melakukan pembelian secara tunai. Resiko piutang yang dihadapi perusahaan pun juga akan menjadi semakin kecil.
- d. Kebijakan mengenai penagihan. Apabila perusahaan melakukan kebijakan pengumpulan piutang secara intensif, maka kemungkinan tidak terbayarnya piutang menjadi semakin kecil, sehingga resiko piutang yang dihadapi perusahaan juga akan mengecil.



- e. Melakukan seleksi terhadap para langganan yang akan diberikan kredit melalui prinsip 5C, yaitu *Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition.*”

Keberhasilan atau kegagalan kebijakan penjualan kredit yang ditetapkan perusahaan terutama tergantung pada permintaan atas produk yang dijualnya. Semakin tinggi permintaan atas produk yang ditawarkan, maka semakin menguntungkan penjualan produk yang bersangkutan. Kebijakan penjualan kredit akan meningkatkan penjualan perusahaan, tetapi juga menimbulkan risiko. Menurut Martono dan Harjito (2003:13), risiko yang mungkin timbul dengan kebijakan kredit ini adalah periode pengumpulan piutang yang tidak tetap, piutang yang tidak tertagih atau pembeli tidak membayar hutangnya kepada perusahaan dan besarnya investasi yang tertanam tidak seimbang dengan manfaat yang diperoleh dari kebijakan kredit tersebut. Upaya untuk mengurangi dan memperkecil risiko kredit, perusahaan dapat menilai calon debitur berdasar 5 K (Martono, Harjito, 2003:103). 5 K yang dimaksud adalah:

1. Karakter
  2. Kapital
  3. Kolateral
  4. Kapasitas
  5. Kondisi
- (Martono, Harjito, 2003:103)

Penilaian karakter pelanggan ditujukan untuk melihat sejauh mana pelanggan akan memenuhi kewajiban kreditnya. Penilaian ini sangat tergantung pada moral pelanggan sebagai faktor terpenting dalam evaluasi kredit. Kapasitas pelanggan merupakan penilaian yang bersifat subyektif mengenai kemampuan membayar hutangnya. Kemampuan ini dapat dianalisis

dari laporan keuangan perusahaan pelanggan yang bersangkutan. Di samping itu, penilaian capital dan kolateral (agunan) perusahaan juga dapat dilihat dari laporan keuangannya. Dari laporan tersebut akan terlihat kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya maupun aktiva yang digunakan sebagai jaminan. Penilaian yang terakhir adalah mengenai kondisi perusahaan. Kondisi ini sangat dipengaruhi oleh kondisi perkonomian pada umumnya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keadaan pelanggan.

Selain faktor 5 K yang dijadikan patokan untuk menilai calon debitur, perusahaan juga perlu memperkirakan besarnya risiko yang mungkin akan dialami berdasarkan pengalaman-pengalaman masa lalu dengan menganalisa persentase besarnya piutang yang tidak tertagih dan mengklasifikasikan pelanggan menurut umur piutang.

#### **D. Analisis Rasio Keuangan**

##### **1. Pengertian Analisis Rasio Keuangan**

Menurut Wiagustini (2010:75) rasio keuangan adalah petunjuk yang menuntun manajemen sebuah perusahaan menetapkan berbagai target serta standar. Rasio keuangan sangat membantu para manajer keuangan dalam menetapkan strategi jangka panjang yang menguntungkan serta dalam membuat keputusan jangka pendek yang efektif. Rasio keuangan merupakan analisis kinerja keuangan yang menghubungkan antara satu pos dengan pos lainnya baik dalam neraca atau laba rugi maupun kombinasi dari kedua laporan keuangan. Berdasarkan informasi dari rasio-rasio keuangan, dapat

diketahui kondisi keuangan suatu perusahaan dari berbagai aspek, namun rasio-rasio keuangan tersebut hanyalah refleksi dari apa yang sebenarnya terjadi, dan harus dikelola realitasnya.

“Analisis rasio keuangan adalah suatu teknik analisis yang menghubungkan antara satu pos dengan pos lainnya baik dalam neraca atau laba rugi maupun kombinasi dari kedua laporan keuangan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan” (Wiagustini, 2010: 75). Sedangkan menurut Sundjaja dan Barlian (2003: 128), “Analisis rasio keuangan adalah suatu metode perhitungan dan interpretasi rasio keuangan untuk menilai kinerja dan status suatu perusahaan. Berdasarkan kedua pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis rasio keuangan merupakan suatu metode perhitungan dan interpretasi rasio keuangan yang menghubungkan pos-pos dalam neraca dan laba rugi untuk menilai kinerja, status, dan kondisi keuangan perusahaan. Tujuan dari analisis rasio keuangan ini adalah untuk memberi informasi secara rinci atas hasil interpretasi mengenai kinerja yang dicapai perusahaan (Wiagustini, 2010:88). Menurut Sundjaja dan Barlian (2003: 131), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan analisis rasio, yaitu:

- “Sebuah rasio tunggal secara umum tidaklah dapat memberikan informasi yang memadai untuk mengetahui seluruh kinerja perusahaan. Hanya jika sekelompok rasio digunakan barulah pendapat atas perusahaan dapat dibuat dengan alasan yang mencukupi. Jika analisis hanya berkaitan dengan aspek tertentu dari posisi keuangan perusahaan maka mungkin cukup dengan satu atau dua rasio saja.
- Laporan keuangan yang dibandingkan harus dalam periode yang sama, jika tidak, maka penyimpangan yang disebabkan oleh dampak musiman dapat menghasilkan kesimpulan yang salah dan karenanya dapat menyebabkan pembuatan keputusan yang salah.

- Sebaiknya menggunakan dasar laporan keuangan yang telah diaudit. Jika laporan keuangan belum diaudit, maka data keuangan perusahaan tidak dapat dipercaya mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya.
- Perlu diyakinkan bahwa data yang diperbandingkan disusun dengan cara yang sama. Penggunaan perlakuan akuntansi yang berbeda khususnya untuk penyusutan dan persediaan dapat menyebabkan distorsi dalam hasil analisa rasio, baik pada analisa rasio yang dibandingkan dengan perusahaan lain maupun analisis deret berkala yang digunakan.”

## 2. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas menurut Wiagustini (2010: 76) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka pendek dengan dana lancar yang tersedia. Kewajiban jangka pendek yang dimaksud dapat berupa membayar gaji, membayar biaya operasional, membayar hutang jangka pendek, dan lain sebagainya yang membutuhkan pembayaran segera. Agar menjaga perusahaan selalu likuid, maka posisi dana lancar yang tersedia harus lebih besar daripada utang lancar. Perusahaan yang tidak likuid berarti perusahaan itu tidak sehat. Oleh karena itu, perlu pengaturan, menjaga, dan memelihara likuiditas yang baik untuk menjaga kredibilitas perusahaan terhadap debitor. Berikut merupakan pengelompokan komponen, dan perhitungan serta maksud dari rasio likuiditas.

**Tabel 1 Pengelompokan komponen, perhitungan, dan maksud analisa rasio likuiditas**

<b>Kelompok dan Jenis Ratio</b>	<b>Maksud Analisa</b>	<b>Formula Perhitungan</b>
<b>Current Ratio</b> (Syamsuddin)	Menghitung berapa kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar dengan aktiva lancar yang tersedia	$\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Pasiva Lancar}} \times 100\%$
<b>Quick Ratio</b> (Syamsuddin)	Menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban atau utang lancar dengan aktiva yang lebih likuid	$\frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Pasiva Lancar}} \times 100\%$
<b>Cash Ratio</b> (Wiagustini)	Mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang segera jatuh tempo dengan kas yang dimiliki	$\frac{\text{Kas} + \text{Surat Berharga}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$
<b>Net Working Capital</b> (Syamsuddin)	Menghitung berapa kelebihan aktiva lancar di atas utang lancar	<i>Current Asset – Current Liabilities</i>

Sumber: Wiagustini (2010:78), Syamsuddin (2007:43)

Menurut Sundjaja dan Barlian (2003: 135), ada dua hal yang menyebabkan likuiditas perusahaan menjadi rendah, yaitu:

- “Terlalu banyak macam persediaan yang tidak dapat dijual dengan mudah karena merupakan barang setengah jadi, barang using atau barang untuk kegunaan tertentu.
- Jika barang tersebut dijual dengan kredit maka akan menjadi piutang terlebih dahulu sebelum menjadi uang kas. Rasio cepat sama dengan 1 (satu) atau lebih besar dari satu, lebih direkomendasikan, tetapi sama seperti rasio lancar nilai yang diterima tergantung pada industrinya. Rasio cepat merupakan alat ukur likuiditas yang lebih baik jika persediaan tidak mudah diuangkan. Jika persediaan likuid, maka rasio lancar merupakan ukuran likuiditas yang lebih disukai.”

Menurut Riyanto (2001: 20), ada beberapa cara untuk menaikkan nilai likuiditas perusahaan. Yaitu sebagai berikut:

- a. “Dengan hutang lancar tertentu, diusahakan untuk menambah aktiva lancar
- b. Dengan aktiva lancar tertentu, diusahakan untuk mengurangi jumlah hutang lancar
- c. Dengan mengurangi jumlah hutang lancar bersama-sama dengan mengurangi aktiva lancar.”

### 3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas menurut Wiagustini (2010: 77) adalah kemampuan perusahaan untuk menjaga stabilitas usahanya sehingga bisa bertahan hidup dan berkembang secara sendiri atau mengukur tingkat efektivitas pemanfaatan sumberdaya perusahaan. Aktivitas usaha dapat dilihat dari perbandingan penjualan yang dicapai dengan masing-masing pos aktiva. Semakin tinggi rasio aktivitas, semakin efisien perusahaan menggunakan dananya untuk masing-masing aktiva perusahaan. Berikut rumus-rumus rasio aktivitas yang berkaitan dengan piutang yang dapat digunakan:

**Tabel 2 Pengelompokan komponen, perhitungan, dan maksud analisa rasio aktivitas yang berkaitan dengan piutang**

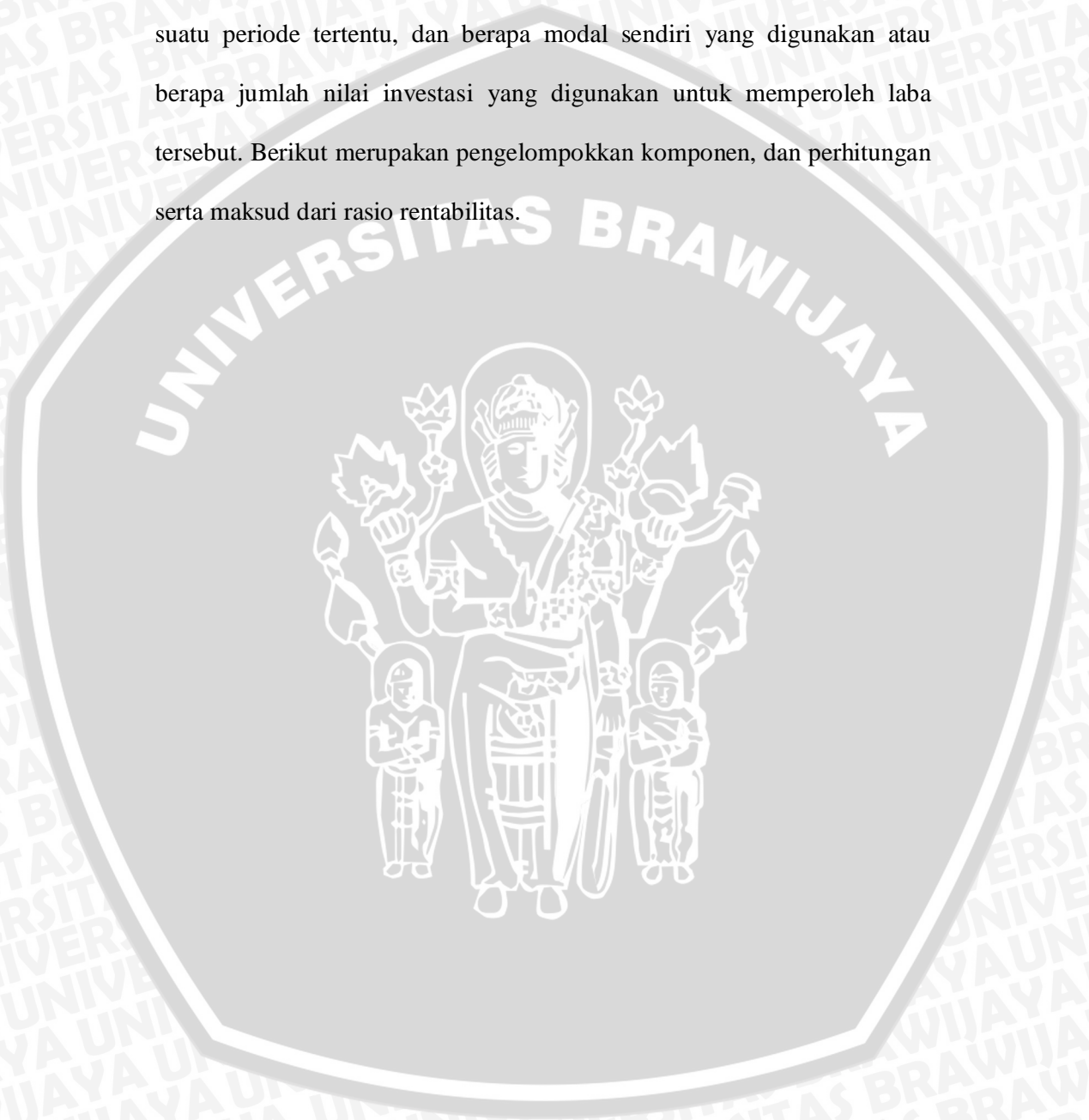
Kelompok dan Jenis Rasio	Formula Perhitungan
Perputaran piutang	$\frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang rata – rata}} \times 1 \text{ kali}$
Umur rata-rata piutang	$\frac{360}{\text{Perputaran piutang}}$

Sumber: Sundjaya dan Barlian (2003: 128)

### 4. Rasio Rentabilitas

Rasio rentabilitas biasa disebut juga dengan rasio profitabilitas. Menurut Wiagustini (2010: 76), yang dimaksud dengan rasio rentabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dapat diukur dari modal sendiri maupun dari seluruh dana yang diinvestasikan ke dalam perusahaan. Meninjau dari batasan

mengenai pengertian rasio rentabilitas, kita bisa mengukur rentabilitas perusahaan apabila kita tahu berapa laba perusahaan yang diperoleh pada suatu periode tertentu, dan berapa modal sendiri yang digunakan atau berapa jumlah nilai investasi yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Berikut merupakan pengelompokkan komponen, dan perhitungan serta maksud dari rasio rentabilitas.



**Tabel 3 Pengelompokan komponen, perhitungan, dan maksud analisa rasio rentabilitas**

<b>Kelompok dan Jenis Rasio</b>	<b>Maksud Analisis</b>	<b>Formula Perhitungan</b>
<b>Gross Profit Margin</b>	Mengukur laba kotor yang dicapai dibandingkan dengan penjualan	$\frac{\text{Sales} - \text{Cost of Goods Sold}}{\text{Sales}} \times 100\%$
<b>Operating profit Margin</b>	Mengukur tingkat laba operasi dibandingkan dengan volume penjualan	$\frac{\text{Operating Profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$
<b>Net Profit Margin</b>	Mengukur laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan volume penjualan	$\frac{\text{Net Profit After Taxes}}{\text{Sales}} \times 100\%$
<b>Total Asset Turnover</b>	Mengukur berapa kali total aktiva perusahaan menghasilkan volume penjualan	$\frac{\text{Annual Sales}}{\text{Total Asset}} \times 1 \text{ kali}$
<b>Return on Investment</b>	Mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh dari total aktiva perusahaan	$\frac{\text{Net Profit After Taxes}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$
<b>Return on Equity</b>	Mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh oleh pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan	$\frac{\text{Net Profit After Taxes}}{\text{Stockholder's Equity}} \times 100\%$

Sumber: Syamsuddin (2007:61-63)

Usaha untuk mempertinggi rentabilitas dapat ditempuh melalui banyak cara.

Hal pertama yang harus kita ketahui adalah faktor-faktor yang menentukan tinggi rendahnya rentabilitas ekonomi atau *earning power*. Menurut Riyanto (2001:29) tinggi rendahnya *earning power* ditentukan oleh dua faktor, yaitu:



1. “*Profit margin*, yaitu perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa *profit margin* ialah selisih antara *net sales* dengan *operating expenses*.”
2. *Turnover of operating assets* (tingkat perputaran aktiva usaha), yaitu kecepatan berputarnya *operating assets* dalam suatu periode tertentu.”

Setelah mengetahui bahwa tinggi rendahnya rentabilitas ditentukan oleh *profit margin* dan *turnover operating assets*, maka perlu diketahui pula cara-cara untuk memperbesar *profit margin* dan *turnover operating assets*. Menurut Riyanto (2001: 31) untuk membesar nilai *profit margin* dapat ditempuh melalui 2 alternatif cara, yaitu:

1. “Dengan menambah biaya usaha sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya tambahan *sales* harus lebih besar daripada tambahan *expense*. *Sales* dapat diperbesar dengan jalan memperbesar volume *sales* dalam unit pada tingkat harga penjualan tertentu atau menaikkan harga penjualan per unit produk pada luas *sales* dalam unit tertentu.
2. Dengan mengurangi pendapatan dari *sales* sampai tingkat tertentu diusahakan adanya pengurangan *operating expense* yang sebesar-besarnya, atau dengan kata lain mengurangi biaya usaha relatif lebih besar daripada berkurangnya pendapatan dari *sales*.”

Menurut Riyanto (2001:32) usaha untuk mempertinggi *turnover operating assets* dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu:

1. Dengan menambah modal usaha (*operating assets*) sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya tambahan *sales* yang sebesar-besarnya.
2. Dengan mengurangi *sales* sampai tingkat tertentu diusahakan penurunan atau pengurangan *operating assets* sebesar-besarnya.

### **E. Hubungan antara Piutang, Likuiditas, dan Rentabilitas**

Riyanto (2001: 91) dalam bukunya Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan mengatakan bahwa, “Tinggi rendahnya *receivable turnover* mempunyai efek yang langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang”. Makin tinggi *turnover*, berarti makin cepat perputarannya, yang berarti makin

pendek waktu terikatnya modal dalam piutang, sehingga untuk mempertahankan *net credit sales* tertentu dengan naiknya *turnover*, dibutuhkan jumlah modal yang lebih kecil untuk diinvestasikan ke dalam piutang. Keadaan di mana perusahaan mengalami *receivable turnover* yang tinggi berdampak positif bagi perusahaan. Dampak positif yang pertama adalah perusahaan dapat mengurangi biaya investasi untuk piutang. Pengurangan biaya investasi untuk piutang akan dapat meningkatkan nilai keuntungan perusahaan. Nilai keuntungan perusahaan akan mengakibatkan rentabilitas perusahaan juga akan semakin membaik. Rentabilitas perusahaan merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan.

Dampak yang kedua adalah ketika *receivable turnover* dalam tingkat yang baik, perusahaan akan lebih cepat mendapatkan pendapatan melalui kas yang berada dalam pos aktiva lancar. Apabila dikaitkan dengan likuiditas, tentunya aktiva lancar yang semakin baik akan menunjang likuiditas perusahaan untuk mencapai taraf yang baik pula. Likuiditas perusahaan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk membayar semua kewajiban 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 selain kas menjadi uang kas" (Syamsudin, 2007: 41).

## F. Proyeksi Laporan Keuangan Perusahaan

Proyeksi laporan keuangan perusahaan merupakan suatu perkiraan tentang keadaan keuangan dan hasil operasi perusahaan untuk satu tahun berikutnya. Proyeksi laporan keuangan ini menyangkut proyeksi terhadap laporan laba rugi perusahaan dan laporan neraca perusahaan. Menurut Syamsuddin (2001: 163), “Proyeksi laporan laba rugi memperlihatkan jumlah pendapatan dan biaya-biaya yang diperkirakan akan terjadi dalam tahun yang akan datang, sedangkan proyeksi neraca berisi posisi financial perusahaan, aktiva, utang, dan modal sendiri pada akhir periode yang diproyeksikan.”

Input yang paling penting dalam membuat proyeksi laporan keuangan perusahaan adalah rencan penjualan, karena dengan menggunakan rencana penjualan ini maka akan dapat dibuat rencana produksi, biaya tenaga kerja, biaya operasi, dan seterusnya, di mana dengan adanya data ini semua maka akan dapat dibuat proyeksi laporan keuangan perusahaan. Menurut Syamsuddin (2001; 191), ada dua pendekatan dalam melakukan proyeksi laporan keuangan:

1. Pendekatan praktis

Penyusunan proyeksi laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan praktis didasarkan pada prosentase yang tetap terhadap dari harga pokok, biaya operasi, dan beban bunga. Dengan mengasumsikan bahwa semua biaya berubah dalam prosentase yang tetap terhadap penjualan, maka proyeksi ini memberikan gambaran yang kasar tentang keadaan keuangan perusahaan pada masa yang akan datang(masa yang diproyeksikan). Di samping itu dapat pula dilihat bahwa untuk menjadikan neraca dalam keadaan seimbang maka diperlukan adanya angka tambahan yang dalam buku ini disebut dengan angka penyeimbang. Namun demikian, terlepas dari segala kekurangan dan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, mengingat kemudahan dan penerapannya. Maka tidak jarang dijumpai banyak perusahaan yang menggunakannya.

## 2. Pendekatan teoritis

Dengan menggunakan pendekatan teoritis (*long approach*) maka proyeksi laporan keuangan yang dihasilkan dapat memberikan tingkat keakuratan yang lebih baik, karena analisa-analisa dilakukan secara lebih detail serta tidak diperlukan asumsi sebanyak yang digunakan dalam pendekatan praktis.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

