

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Piutang Dagang

Piutang adalah suatu tuntutan keuangan terhadap perorangan, organisasi atau debitur lainnya. Bagi semua perusahaan piutang itu diperoleh melalui bermacam transaksi yang paling umum yaitu penjualan barang dagang atau jasa dengan kredit. (R. Soemito 1991. 56)

Piutang dagang adalah tagihan perusahaan kepada perseorangan/badan usaha yang timbul dari penjualan barang atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan (Fauzi 1993, 163). Piutang merupakan aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya penjualan kredit (Indriyo & Basri 1999. 83)

Besarnya piutang dagang dalam suatu perusahaan dipengaruhi secara langsung oleh jumlah penjualan kredit yang dilaksanakan oleh perusahaan serta jangka waktu kredit yang diberikan kepada para langganan. Rata-rata waktu penagihan piutang dagang sebagian dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, sebagai misal dalam situasi resesi dan pasaran sedang lesu, maka sering terjadi bahwa sebagian dari para langganan terpaksa harus menunda pembayaran hutangnya. Sebagian lainnya dapat timbul sebagai akibat resiko usaha yang dapat dikendalikan oleh pihak manajemen yang memberikan kredit tersebut. Resiko

kredit yang timbul adalah resiko tidak terbayarnya kredit yang diberikan kepada para langganan kita. Oleh karena resiko kredit yang ditimbulkan dalam penjualan kredit yang dilakukan perusahaan, maka perusahaan perlu mengambil langkah-langkah yang penting dalam melaksanakan penjualan kredit.

Tujuan dasar Manajemen Piutang Dagang adalah Jarl G. Kallberg & Kenneth L (1993, 268-269):

1. Mengelola pelanggaran-pelanggaran, tujuan berhubungan dengan pengawasan piutang yang mengalami penundaan pembayaran di bawah persyaratan yang telah ditetapkan.
2. Mengelola Resiko Kredit, tujuan ini adalah untuk meminimalkan kerugian yang dialami perusahaan akibat piutang yang tidak dapat dikumpulkan.
3. Meramalkan Sasaran-sasaran, tujuan ini memiliki banyak aspek, yang terpenting adalah meramalkan arus kas dari portofolio piutang dagang dan meramalkan kerugian piutang tak tertagih.

Mengelola piutang dagang dapat dilakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Mengukur kinerja piutang dagang.

Dilakukan secara akuntansi dan statistik dalam pengevaluasian kinerja piutang baik secara individual maupun secara total berdasarkan aging schedule dan days sales outstanding.

2. Mengelola resiko dalam portofolio piutang dagang.

Salah satu faktor utama dalam mengelola resiko kredit adalah mengawasi perbedaan komponen-komponen resiko tersebut. Jenis-jenis resiko antara lain : resiko atas pelanggaran pembayaran, resiko perdagangan asing, resiko

pembayaran dengan mata uang asing yang harus dikonversikan dengan mata uang domestik.

Cara untuk mengelola resiko kredit melalui mekanisme dalam peningkatan kelayakan kredit dari pembeli melalui garansi dan L/C.

3. Kebijakan pengumpulan piutang dagang.

Kebijakan yang dilakukan dalam mengatasi masalah dengan memperhatikan ketepatan waktu dan melakukan analisa biaya keuntungan. Semakin cepat suatu perusahaan mengumpulkan piutang-piutangnya maka akan semakin kecil jumlah operating cash yang dibutuhkan. Menurut Lukman Syamsuddin (2002, 255-256) terdapat 3 aspek penting sehubungan dengan jumlah uang yang tertanam dalam piutang dagang perusahaan :

a. Kebijakan Kredit.

Merupakan pedoman yang ditempuh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa besar jumlah kredit yang diberikan.

b. Persyaratan Kredit.

Persyaratan kredit menunjuk kepada termin pembayaran yang disyaratkan kepada para langganan yang membeli secara kredit.

c. Kebijakan Pengumpulan Piutang.

Merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang bilamana sudah jatuh tempo.

Faktor-faktor yang mempengaruhi investasi dalam piutang dagang adalah: Bambang Riyanto (1995. 85-87):

1. Volume Penjualan Kredit.

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan semakin besar jumlah investasi dalam piutang. Dan semakin besar pula risikonya bersamaan dengan itu juga memperbesar profitabilitas.

2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit.

Dapat bersifat lunak atau ketat. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran kredit yang ketat berarti perusahaan mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitas.

3. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit.

Perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang.

4. Kebijakan Dalam Mengumpulkan Piutang.

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang dagang secara aktif atau pasif, perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif akan mengeluarkan biaya lebih besar dibandingkan dengan yang menjalankan secara pasif.

5. Kebiasaan Membayar dari Para Pelanggan.

Ada sebagian langganan yang memanfaatkan kesempatan mendapatkan potongan tunai dan ada sebagian yang tidak memanfaatkan kesempatan tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dari piutang dagang adalah : John J.

Hampton (1980, 253-254)

1. Tingkat Penjualan.

Digunakan meramalkan perubahan pada piutang dagang.

2. Kebijakan Kredit.

Ditentukan latar belakang filosofis perusahaan dalam menentukan sejumlah resiko yang akan diambil dalam penjualan.

3. Persyaratan Perdagangan.

Sangat berhubungan erat dengan persyaratan kredit yang diberikan oleh perusahaan.

Tiga faktor utama yang harus dianalisa dalam kebijakan mengelola piutang dagang, faktor-faktor tersebut adalah :

1. Profit, perusahaan harus menyelidiki kemungkinan-kemungkinan pengaruh dari setiap piutang dagang pada profit perusahaan di masa depan.

2. Pertumbuhan penjualan perusahaan mengalami penurunan jangka pendek dalam profit jika kebijakan baru yang dilakukan perusahaan adalah untuk menaikkan penjualan.

3. Masalah-masalah yang dapat timbul, dalam kenaikan penjualan kredit dan profit beberapa kebijakan akan menimbulkan berbagai masalah.

Manajemen piutang dagang mencakup 3 aspek penting :

1. Kebijakan Kredit (*Credit Policy*) :

Kebijakan Kredit meliputi penetapan standar kredit dan analisis kredit. Menetapkan standar kredit sebagai kriteria minimum perluasan kredit kepada langganan merupakan faktor penting. Penetapan standar kredit meliputi, penilaian kredit (*credit rating*). Pembayaran rata-rata dan financial ratio yang digunakan sebagai dasar kuantitatif untuk menetapkan standar kredit. Standar kredit ini sangat penting dalam kebijakan dan harus dipertimbangkan karena setiap perubahan standar kredit tersebut akan mempengaruhi 3 (tiga) hal :

a. Volume Penjualan.

Pembeli atau calon langganan pada umumnya akan tertarik membeli barang dalam jumlah yang lebih banyak jika kepada mereka diberikan tenggang waktu pembayaran yang longgar. Tenggang waktu yang terlalu pendek tidak mendorong mereka untuk membeli dalam jumlah yang lebih banyak dan bahkan kemungkinan akan memilih supplier lain yang lebih menarik.

b. Investasi dalam Piutang.

Investasi dalam barang jadi berkaitan erat dengan periode kredit yang ditetapkan. Semakin longgar periode kredit, semakin besar pula dana yang tertanam dalam inventori barang jadi (piutang).

c. Biaya Piutang Ragu-ragu (*Cost of bad debt*).

Tanpa penjualan kredit perusahaan tidak akan mengalami kerugian karena piutang ragu-ragu berupa ongkos yang harus diperhitungkan sebagai faktor yang akan mengurangi keuntungan.

2. Penetapan Jangka Waktu Kredit (*Credit Terms*) :

Pembicaraan mengenai credit terms meliputi 3 hal yaitu : cash, discount, periode cash discount dan periode kredit. Perusahaan perlu menetapkan periode kredit bagi seluruh langganan, karena jangka waktu kredit akan mempengaruhi volume penjualan, biaya dan profit. Penetapan jangka waktu kredit tertentu biasanya diikuti oleh kebijakan pemberian potongan tertentu, agar pembeli tidak menggunakan jangka waktu kredit maksimum yang diberikan.

3. Kebijakan Pengumpulan (*Collection Policy*) :

Efektifitas kebijakan dalam pengumpulan piutang akan mempengaruhi *cost of bad debt* karena jika periode pengumpulan meningkat *cost of bad debt* akan meningkat. Oleh sebab itu walaupun peningkatan efektifitas pengumpulan akan menaikkan biaya pengumpulan, diharapkan dapat mengurai *cost of bad debt* yang lebih besar sehingga dapat menambah profit.

Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya resiko atas tidak tertagihnya piutang yang dapat dikendalikan, oleh pihak manajemen yang sering disebut sebagai *Credit Policy Variables*.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan di dalam menetapkan kebijakan kredit tersebut adalah :

1. *Credit Standard* :

Standar kredit yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan tolak ukur di dalam menetapkan tingkat resiko yang secara optimal dapat ditanggung oleh perusahaan atas kredit macet yang mungkin timbul sebagai akibat dari pemberian kredit yang dilakukan oleh perusahaan.

Di dalam menetapkan standar kredit yang optimal, perusahaan harus mengkaitkan antara tambahan biaya yang harus dikorbankan sehubungan dengan pemberian kredit tersebut kepada langganan dengan tambahan keuntungan yang diperoleh perusahaan sebagai akibat dari bertambahnya penjualan yang dapat dilakukan berkat kebijakan kredit yang diterapkan oleh perusahaan. Untuk menetapkan standar kredit yang optimal, perlu diperhitungkan biaya-biaya yang mungkin timbul sebagai akibat dari pemberian kredit kepada para pelanggan yang termasuk dalam kelompok marginal, artinya tidak kuat dan juga tidak terlalu buruk, jadi yang kondisi keuangannya hanya marginal saja. Biaya kredit yang mungkin timbul dari langganan marginal ini antara lain : biaya kredit macet, biaya credit checking,

dan penagihan yang lebih tinggi, biaya modal atas dana yang lebih lama tertanam dalam piutang sebagai akibat dari penundaan pembayaran oleh langganan tersebut. Mengingat bahwa tinggi rendahnya biaya-biaya kredit tersebut di atas berkaitan erat dengan tingkat kualitas dari langganan, maka adalah sangat penting untuk menilai kualitas dari para langganan dan cara yang paling baik mungkin dengan menghubungkan tingkat kualitas tadi dengan prosentase kemungkinan kredit macet untuk kelompok langganan-langganan yang ada. Memang pada umumnya manajer keuangan yang baik akan mampu memperkirakan besarnya kemungkinan kredit macet secara mendekati untuk masing-masing kategori langganan. Pengelompokkan langganan atas dasar tingkat kelayakan kreditnya dapat dilakukan dengan menggunakan konsep 5 C dari Penilaian Kredit, yaitu :

a. Character

Menilai tingkat kesadaran moral dari langganan di dalam memenuhi kewajiban keuangannya merupakan faktor yang paling utama di dalam menganalisa kelayakan kredit seorang langganan.

b. Capacity

Meneliti kemampuan dari langganan untuk membayar hutangnya tepat pada waktunya sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan merupakan faktor yang perlu dilakukan sebelum kredit diberikan. Penentuan mengenai kemampuan ini dapat berlandaskan pada pengalaman masa-

masa yang lalu dengan langganan tersebut serta didukung oleh analisa yang bersifat kuantitatif yang diperoleh dari langganan ataupun dari kunjungan ke tempat usaha langganan.

c. Capital

Memperhatikan besarnya modal yang dimiliki oleh langganan perlu dilakukan untuk dapat mempertimbangkan besarnya resiko yang harus ditanggung oleh pemberi kredit dibandingkan dengan resiko yang ditanggung oleh langganan itu sendiri. Dalam hal ini perlu diteliti adalah besarnya modal sendiri dari langganan. Dengan demikian pemberi kredit dapat memperkirakan besarnya kredit limit yang dapat diberikan kepada langganan tersebut

d. Collateral

Mempertimbangkan ada atau tidaknya jaminan guna mendukung kredit yang diberikan sedang dilakukan oleh perusahaan pemberi kredit, demi memberikan suatu jaminan atas kemungkinan ketidakmampuan langganan untuk membayar seluruh hutangnya dari hasil operasi atau usahanya.

e. Conditions

Menganalisa kondisi ekonomi secara umum maupun sektor industri dari langganan perlu dilakukan guna menilai dampak dari situasi ekonomi tersebut terhadap kemampuan langganan tersebut membayar hutangnya.

Guna menetapkan konsep 5 C di atas diperlukan data-data yang akurat dan dapat diandalkan mengenai langganan yang akan dinilai kelayakan kreditnya. Pengalaman masa lalu dengan suatu langganan merupakan salah satu faktor yang penting untuk digunakan sebagai tolak ukur di dalam menilai kelayakan kreditnya di masa mendatang. Di samping itu untuk kredit yang berjumlah besar maka digunakan analisa laporan keuangan perusahaan dapat digunakan sebagai alat untuk menilai kondisi keuangan perusahaan selama ini. Informasi dari pihak ketiga sering diperlukan khususnya untuk menilai langganan baru, untuk itu dapat dilakukan pencarian informasi mengenai langganan tersebut dari relasi-relasinya yang sudah lama berhubungan ataupun dari bank, yang mempunyai hubungan rekening koran atau kredit dengan langganan tersebut. Mengingat bank-bank harus memegang teguh rahasia nasabah, maka informasi yang terbata inipun hanya dapat diberikan antar bank dan tidak kepada pihak ketiga di luar bank. Oleh sebab itu, pemberi kreditpun dapat meminta jasa banknya untuk menanyakan secara umum mengenai kelayakan kredit dari calon langganan yang akan diberikan kredit. Atau pemberi kredit dapat meminta calon langganan yang akan diberikan kredit untuk meminta referensi dari banknya, yang menyatakan bahwa langganan tersebut telah berhubungan dengan bank tersebut selama suatu waktu tertentu dan bahwa selama ini langganan tersebut selalu memenuhi kewajiban-kewajibannya secara baik.

Besar/kecilnya kemampuan perusahaan untuk menanggung resiko kredit macet tergantung dari omzet penjualan, pangsa pasar, margin keuntungan dan struktur biaya dari perusahaan. Untuk suatu perusahaan yang besar, kemampuan untuk menanggung resiko kemacetan adalah lebih besar dari perusahaan yang relatif kecil. Besarnya biaya tetap perusahaan dan juga non cash outlays expense akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung resiko yang timbul sebagai akibat kemacetan. Setelah perusahaan menetapkan besarnya kerugian yang masing-masing dapat ditanggungnya tersebut, maka manajemen harus melakukan penilaian atas kelayakan kredit langganan (credit rating) serta menetapkan batas limit (plafond) bagi mereka yang memperoleh kredit tersebut.

2. *Credit Terms* :

Untuk langganan yang memperoleh kredit perlu ditetapkan jangka waktu kreditnya masing-masing selaras dengan kredit ratingnya. Untuk mereka yang ratingnya lebih tinggi harus diberikan jangka waktu yang lebih panjang dari mereka yang ratingnya lebih rendah. Namun perusahaan harus berusaha mempengaruhi langganan-langganan yang bonafid dan baik, yang mendapat kredit yang lebih panjang tersebut untuk membayar lebih cepat dengan memberikan cash discount yang menarik. Dengan demikian cash flow perusahaan akan lebih baik. *Cash discount* yang menarik adalah yang akan membebaskan bunga yang jauh lebih tinggi dari bunga pinjaman bank. Dengan demikian untuk perusahaan yang bonafid dan memiliki fasilitas dari

banknya dan atau ada kelebihan uang kas, maka perusahaan tersebut akan membayar kreditnya dalam jangka waktu discount karena apabila dia mengambil kredit tersebut, maka dia sesungguhnya dikenakan bunga yang tinggi.

3. *Credit Administration Policy* :

Credit Administration Policy merupakan sistem dan prosedur serta pengawasan dan pengendalian yang diambil dan dilaksanakan oleh perusahaan guna menangani administrasi piutang dagangnya. Jadi dengan adanya prosedur pencatatan dan penagihan piutang dagang yang baik dan teratur maka akan dapat diambil tindakan dengan segera jika terjadi keterlambatan pembayaran oleh langgan. Beberapa sistem dan prosedur yang diperlukan dalam mengawasi dan mengendalikan piutang dagang antara lain :

- Sistem dan prosedur pemberian kredit.
- Sistem dan prosedur penarikan kredit.
- Sistem dan prosedur penagihan piutang dagang.
- Sistem dan prosedur pelaporan berkala atas tingkat manajemen perusahaan.
- Sistem dan prosedur peninjauan berkala ke tempat langgan.
- Sistem dan prosedur peninjauan berkala atas tingkat kelayakan kredit dan jangka waktu kredit para langgan.
- Sistem dan prosedur penanganan terhadap kredit macet.

Perusahaan membentuk bagian tersendiri dalam hal pengawasan dan pengendalian terhadap piutang dagangnya. Hal ini dilakukan supaya perusahaan tetap dapat mengawasi piutang-piutangnya yang telah jatuh tempo tetapi belum dilunasi sehingga dapat memperkecil kemungkinan terjadinya kredit macet yang tidak diinginkan. Misalnya di dalam sistem dan prosedur penagihan kepada para langganan, perlu dicari cara penagihan yang paling tepat tanpa harus mengeluarkan biaya dan tenaga yang terlalu berlebihan. Sebagai contoh, di dalam pengiriman surat pemberitahuan kepada langganan dapat dilakukan dua kali dalam sebulan, misalnya setiap tanggal 10 untuk seluruh langganan yang kreditnya akan jatuh tempo antara tanggal 16 dan 31 dalam bulan yang bersangkutan dan setiap tanggal 25 untuk langganan yang kreditnya akan jatuh tempo antara tanggal 1 dan 15 bulan berikutnya.

Selain itu pemberitahuan melalui telepon perlu dilaksanakan oleh perusahaan untuk langganan-langganan yang terlambat dalam melunasi hutang-hutangnya. Akan tetapi jika langganan masih terus menunda pembayarannya maka perusahaan dapat melaksanakan pemberitahuan resmi melalui surat dan/atau telepon oleh petugas yang berwenang.

Selanjutnya juga ada beberapa laporan yang dibutuhkan pihak manajemen perusahaan di dalam melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap piutang dagangnya.

1. Menggunakan "*Aging Schedule*" yang merupakan laporan berkala atas jumlah piutang dagang yang dimiliki perusahaan yang disusun berdasarkan umur piutang tersebut, sebagai contoh.

Tabel. 1
Aging Schedule
Per suatu akhir periode tertentu
dalam (Rp.000)

Langganan	Jumlah Piutang Dagang (<i>Account Receivable</i>)	Lancar (<i>On Due</i>)	Lama hari sesudah jatuh tempo (<i>Past Due</i>)				
			1-30	31-60	61-90	91-120	> 120
A	100.000	45.000	25.000	15.000	10.000	5.000	0
B	75.000	25.000	20.000	15.000	5.000	5.000	5.000
C	125.000	75.000	25.000	20.000	5.000	0	0
dst...							

Dalam tabel di atas seandainya perusahaan memberikan kredit sebesar 45 hari maka piutang di A kepada perusahaan sebesar Rp 25 juta telah berusia antara 46 sampai dengan 75 hari dari tanggal fakturnya.

Tabel. 2
Ringkasan Jadwal Usia Piutang Dagang
Per suatu akhir periode tertentu

Kelompok Usia	Jumlah (Rp. 000)	Prosentase
Lancar	225.000	40,91 %
1 - 30 hari	125.000	22,73 %
31 - 60 hari	100.000	18,18 %
61 - 90 hari	75.000	13,64 %
> 90 hari	25.000	4,54 %
Total	550.000	100 %

Sumber tabel.1

Tabel di atas disusun dengan menggunakan data-data dari Aging Schedule dan bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan besarnya biaya cadangan piutang ragu-ragu yang perlu dibebankan dalam tahun yang bersangkutan.

2. Dengan cara menghitung "turn over" (tingkat perputaran) dari piutang dagang dengan menggunakan "Days Sales Outstanding" (DOS) guna menentukan hari rata-rata penagihan piutang dagang.

Rumus :

$$DSO = \frac{\text{Jumlah Piutang Dagang}}{\text{Rata-rata Penjualan Per Hari}}$$

Tabel yang terlampir menyajikan contoh perhitungan dari rata-rata umur piutang dagang pada akhir triwulan yang diperhitungkan atas dasar penjualan terakhir dari 30 hari, 60 hari dan 90 hari. Yang ingin diterangkan dalam tabel tersebut adalah bahwa jika jumlah penjualan perusahaan dapat stabil (dalam jumlah yang sama) tiap-tiap bulannya dalam masing-masing triwulan dapat menentukan dari rata-rata penagihan untuk piutang lagangnya pada akhir tiap-tiap triwulan dengan menggunakan rata-rata penjualan triwulan terakhir baik dari 30 hari, 60 hari ataupun 90 hari karena akan menghasilkan perhitungan DSO yang sama besarnya. Hal ini tampak dalam perhitungan untuk triwulan pertama dalam tabel. Namun jika penjualan perusahaan berfluktuasi setiap bulannya, seperti tampak dalam perhitungan untuk triwulan kedua dan

ke tiga maka pengambilan hari rata-rata penjualan yang semakin panjang (dalam tabel adalah 90 hari) adalah semakin baik karena akan menghasilkan perhitungan DSO yang semakin tepat dan akurat, sebagai contoh.

Tabel. 3
Days Sales Outstanding

Eulan	Jumlah Penjualan (Rp.000)	Jumlah Piutang Dagang Per Triwulan	Rata-Rata Penjualan Per Haridso (Dalam Hari) Per (Rp.000) Atas Dasar Akhir Triwulan Atas Penjualan Dasar Rata-Rata Terakhir Dari Penjualan Dari					
			30 hr	60 hr	90 hr	30 hr	60 hr	90 hr
Jan	12.000	2.400						
Feb	12.000	7.200						
Mar	2.000	10.800						
		20.400	400	400	400	51	51	51
Apr	6.000	1.200						
Mei	2.000	7.200						
Jun	8.000	16.200						
		24.600	600	500	400	41	49	62
Jul	18.000	3.600						
Ags	12.000	7.200						
Sep	6.000	5.400						
		16.200	200	300	400	81	54	41

Maka perhitungannya sebagai berikut :

1. Tambahan Biaya Investasi :

a. Tambahan penjualan per hari = pertambahan
penjualannya dibagi 360 hari. = xxx

b. Tambahan piutang dagang = rata-rata waktu
penagihan dengan adanya tambahan penjualan
dikalikan dengan point 1 di atas = xxx

c. Tambahan biaya variabel dalam
piutang dagang = % biaya variabel
dikalikan dengan point 2 di atas = xxx

d. Tambahan *net working capital* lainnya = % net working
capital lainnya dikalikan dengan tambahan
penjualannya = xxx

e. Total tambahan biaya investasi = point 3 ditambah
point 4 di atas = xxx

2. Tambahan *Net Cash Flow* :

a. Tambahan contribution margin = % contribution margin
dikalikan tarobah n penjualannya = xxx

b. Tambahan kerugian atas kredit macet = % resiko
kredit macet dikalikan.

Jika perusahaan ingin mengubah kebijakan kreditnya guna meningkatkan penjualannya maka salah satu metode kuantitatif yang dapat digunakan adalah "Analisa Pertambahan Biaya Investasi dan Net Cash Flow" (*Cost and Benefit Analysis and Net Cash Flow*), yang akan membandingkan antara tambahan biaya modal yang harus dikorbankan akibat bertambahnya dana yang tertanam dalam piutang dagang karena peningkatan penjualannya dan/atau jangka waktu kredit yang lebih panjang (keduanya sebagai akibat perubahan standar kredit dan/atau perubahan kredit term yang telah ditetapkan), yang masih harus ditambah dengan biaya kerugian atas kredit macet yang mungkin akan meningkat dengan keuntungan (*contribution margin*) yang dapat diperoleh akibat kenaikan penjualan. Analisa ini akan memperhitungkan tambahan *cash flow* sebelum biaya tetap. Apabila standar kreditnya yang diubah tambahan penjualannya

= xxx

c. Tambahan biaya modal atas tambahan biaya investasi

= 0% modal dikalikan point A No.5 = xxx

d. Pertambahan *Net Cash Flow*

= xxx

Tetapi apabila perusahaan mengubah *credit termnya* maka perhitungannya sebagai berikut :

1. Tambahan Biaya Investasi :

a. Penjualan lama per hari = jumlah penjualan lama

dibagi 360 hari = xxx

b. Tambahan piutang dagang atas penjualan lama = selisih

antara jangka waktu kredit yang baru dengan rata-rata waktu pencairan piutang dagang yang sekarang dikalikan dengan point 1 di atas = xxx

c. Tambahan penjualan baru per hari = tambahan penjualan

baru dibagi 360 hari = xxx

d. Tambahan piutang dagang atas penjualan baru = rata-rata

waktu penagihan yang baru dikalikan dengan point 3 diatas = xxx

e. Tambahan biaya variabel dalam piutang dagang atas

penjualan baru = 0% biaya variabel dikalikan dengan point 4 di atas = xxx

f. Tambahan *net working* lainnya = % net working capital

lainnya dikalikan tambahan penjualannya = xxx

g. Total tambahan Biaya Investasi = point 2 ditambah
point 5 ditambah point = xxx

2. Tambahan *Net Cash Flow* :

a. Tambahan contribution margin = % contribution margin
dikalikan tambahan penjualannya = xxx

b. Tambahan kerugian atas kredit macet :

* Yang sekarang = % resiko kredit macet dikalikan
jumlah penjualan lama = xxx

* Setelah kebijakan baru = % resiko kredit macet
dikalikan jumlah penjualan baru = xxx
= (xxx)

c. Tambahan biaya modal atas tambahan biaya
investasi = % biaya modal dikalikan dengan point A
no. 7 di atas = (xxx)

d. Pertambahan *Net Cash Flow* = xxx

Melakukan berbagai analisis dari kemungkinan-kemungkinan terjadinya perubahan kebijaksanaan dan pengaruhnya terhadap tingkat keuntungan, investasi dalam piutang, *cost of bad debt* dan lain-lain, dapat digunakan beberapa rasio finansial sebagai berikut :

1. Investasi rata-rata dalam piutang (*Average Investment*)

$$\text{Average Investment} = \frac{\text{Total cost of Sales}}{\text{Receivables turn over}}$$

2. Perputaran piutang

$$\text{Receivables turn over} = \frac{360}{\text{Periode kredit}}$$

$$\text{atau} = \frac{\text{Net credit sales}}{\text{Average receivables}}$$

3. Biaya Tambahan Investasi (*cost of marginal investment*)

$$\text{Cost of marginal investment} = \text{Rate of return} \times \text{Marginal Investment}$$

4. *Cost of bad debt*

$$\text{Cost of bad debt} = \text{Presentase piutang ragu-ragu} \times \text{Penjualan}$$

5. *Cost of cash discount*

$$\text{Persentase cash of discount} \times \text{Penjualan dalam periode tersebut}$$

Penjelasan dari ratio yang digunakan :

1. *Average Investment*

Investasi dalam piutang rata-rata, menunjukkan besarnya dana yang tertanam di dalam piutang dalam satu kali perputaran. Besar kecilnya dana yang tertanam tersebut tergantung kepada jumlah penjualan yang dilakukan dan lamanya periode kredit. Semakin lama periode kredit berlangsung, semakin besar pula dana yang tertanam dalam piutang untuk satu kali perputaran. Demikian pula sebaliknya, perusahaan sangat berkepentingan terhadap kecepatan perputaran piutang dagang.

2. *Receivables Turn over*

Rasio ini menunjukkan sejauh mana kecepatan perputaran piutang dagang. Kecepatan perputaran piutang dagang dipengaruhi oleh usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar periode kredit yang telah ditetapkan dapat dipatuhi oleh langganan. Untuk mempercepat perputaran harus diusahakan agar para langganan membayar sebelum periode kredit yang telah ditetapkan berakhir.

3. *Cost of Marginal Investment*

Adanya keterlambatan dalam pengumpulan piutang dari periode yang ditargetkan, akan mengakibatkan tambahan dana atau marginal investment. Tambahan dana ini menimbulkan biaya seandainya harus

dibelanjai dengan pinjaman. Biaya sebagai akibat tambahan dana dalam piutang dapat ditentukan dengan mengalikan rate of return yang diharapkan dengan besarnya tambahan dana tersebut. Perpanjangan periode kredit dapat diterima jika dengan tambahan tersebut dapat menaikkan penjualan sehingga tambahan profit yang diperoleh masih lebih besar dari pada cost of marginal investment.

4. *Cost cash discount*

Kebijaksanaan dalam cash discount menimbulkan biaya sebesar discount yang diberikan kepada langganan. Tetapi walaupun menimbulkan biaya, kebijaksanaan ini bermanfaat jika dapat mendorong kenaikan penjualan dan memperpendek periode kredit. Dengan demikian diharapkan investasi rata-rata menjadi lebih kecil. Kebijakan ini akan menguntungkan apabila penghematan yang diperoleh dari investasi rata-rata dan tambahan profit masih lebih besar dari pada cost of cash discount.

Ratio piutang dagang dapat menjadi suatu indikator penting tentang kemungkinan kesulitan keuangan. Dalam mengevaluasi ratio piutang dagang terhadap penjualan adalah penting untuk menganalisa perubahan-perubahan yang terjadi sepanjang waktu.

B. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan, tingkat efektivitas dari manajemen perusahaan, yang tercermin dari hasil yang dicapai perusahaan dalam penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan (Steve H. Kamadi, 1993, 17).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (R. Agus Sartono, 1995, 122). Profitabilitas atau kemampuan menghasilkan laba dikaitkan dan diukur dengan pendapatan dikurangi dengan ongkos (Syafaruddin Alwi, 1993, 5).

Lukman Syamsudin (2002, 59), mengatakan : ada beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri. Secara keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang penganalisa untuk meng-evaluasi tingkat earning dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan. Perhatian ditekankan pada profitabilitas, karena untuk mendapatkan kelangsungan hidupnya, suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan.

Ratio-ratio yang digunakan dalam menganalisa profitabilitas adalah sebagai berikut :

a. *Profit Margin On Sales (Return On Sales)*

$$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Ratio yang menunjukkan return yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan perusahaan. Jika profit margin suatu perusahaan lebih rendah dari rata-rata ratio industri sejenis, maka hal ini dapat disebabkan oleh harga jual perusahaan lebih rendah daripada perusahaan pesaing atau harga pokok penjualan adalah lebih tinggi daripada perusahaan pesaing ataupun keduanya.

b. *Return On Assets*

$$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}}$$

Ratio menggambarkan efisiensi dari semua dana yang digunakan di dalam perusahaan, oleh sebab itu sering dinamakan Return On Investment (ROI). Mengingat bahwa ratio ini sesungguhnya ingin mengetahui return yang diperoleh perusahaan atas seluruh dana yang digunakannya, maka sebaiknya digunakan sebagai pembilang adalah Laba sebelum Pajak dan Bunga (EBIT)

dan bukannya Earning After Tax (EAT), karena bunga merupakan bagian daripada "residual earnings" yang akan dibagikan kepada para pemilik dan kreditur. Return on Asset menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

c. *Return On Net Worth/ROE*

$$\frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Tangible Net Worth}}$$

Ratio ini sering dikenal dengan istilah Rentabilitas Modal Sendiri atau Return On Equity. Kalau kita jabarkan lebih lanjut ratio rentabilitas di atas, maka Ratio Rentabilitas Modal Sendiri dapat dirinci lebih lanjut sebagai berikut :

$$\frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

atau

$$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times \frac{\text{Total Aktiva}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Dapat dianalisa lebih rinci mengapa rentabilitas modal sendiri meningkat atau berkurang dibandingkan tahun-tahun yang lalu dengan perusahaan lain yang sejenis. ROE mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Ratio ini juga dipengaruhi oleh

besar kecilnya utang peusahaan, apabila proporsi hutang makin besar maka ratio ini akan makin besar.

Menurut Syafaruddin Alwi, Ratio-ratio Profitabilitas terdiri atas (1993, 111-112):

1. *Gross Profit* :

$$\frac{\text{Sales} - \text{Cost of goods sold}}{\text{Sales}}$$

2. *Profit Margin* :

$$\frac{\text{Net Operating Income}}{\text{Net Sales}}$$

3. *Net Profit Margin* :

$$\frac{\text{Net profit after tax}}{\text{Net Sales}}$$

4. *Operating Profit Margin* :

$$\frac{\text{EBIT}}{\text{Net Sales}}$$

Keterangan → Ebit : keuntungan sebelum pajak dan bunga



5. *Operating Ratio* :

$$\frac{\text{Cost of good sold} + \text{Ad n. Expenses} + \text{Selling Expeness} + \text{General Expenses}}{\text{Net Sales}}$$

6. *Earning Power* :

$$\frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Sales}}$$

7. *Rate of return on net worth (RMS)* :

$$\frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Net Worth}}$$



Keterangan ratio profitabilitas :

1. Pengertian *profit margin* dengan *net profit margin* adalah sama, hanya dalam menghitung, boleh dihitung dari net operating income atau net profit after tax.
2. *Gross profit margin* dan *profit margin* :

Rasio ini dipengaruhi oleh penjualan dan biaya operasi. Rasio yang rendah, bisa disebabkan penjualan turun lebih besar dari turunnya ongkos, dan sebaliknya. Setiap perusahaan berkepentingan terhadap profit margin.

3. *Operating ratio* :

Makin tinggi rasio ini, semakin kurang baik, karena biaya-biaya operasi berarti naik. Gejala ini menunjukkan kemungkinan adanya pemborosan.

4. *Earning Power* :

Tinggi rendahnya *earning power* memberikan indikasi seberapa jauh efisiensi penggunaan modal dan turun naiknya penjualan dan biaya. Diharapkan *earning power* yang diperoleh akan lebih besar dari *cost of capital* dari dana yang digunakan. *Earning power* atau *rate of return* dapat juga dihitung berdasarkan EBIT atau laba operasi.

Menurut Lukman Syamsuddin (2002,61-62) ada tiga ratio pengukuran profitabilitas dalam hubungan dengan volume penjualan yang biasa digunakan, dimana hal ini sebenarnya dapat dilihat langsung dari laporan rugi laba dalam bentuk presentase. Ratio-ratio tersebut :

1. *Gross Profit Margin* :

$$\frac{\text{Sales} - \text{Cost of goods sold}}{\text{Sales}}$$

Gross profit margin merupakan presentase dari laba kotor dibandingkan dengan *sales*. Semakin besar *gross profit margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of goods sold*

relatif lebih rendah dibandingkan dengan *Sales*. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin*, semakin kurang baik operasi perusahaan.

2. *Operating Profit Margin* :

$$\frac{\text{Operating Profit}}{\text{Sales}}$$

Ratio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut "*pure profit*" yang diterima atas setiap penjualan yang dilakukan.

Operating profit disebut murni dalam pengertian bahwa jumlah tersebut yang benar-benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. Seperti halnya *gross profit margin*, maka semakin tinggi operating profit margin akan semakin baik pula operasi suatu perusahaan.

3. *Net Profit Margin* :

$$\frac{\text{Net Profit after tax}}{\text{Sales}}$$

Net profit margin adalah merupakan ratio antara laba bersih yaitu penjualan sesudah dikurangi seluruh expenses termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi net profit margin, semakin baik operasi suatu

perusahaan. Suatu net profit margin yang dikatakan baik akan sangat tergantung dari jenis industri dimana perusahaan berusaha.

3 faktor penentu ROE (Robert C. Higgins, 1989, 42) :

1. Laba bersih yang dihasilkan oleh setiap penjualan.
2. Penjualan yang dicapai dari setiap aktiva yang digunakan.
3. Jumlah hutang yang digunakan untuk membelanjai aktiva.

Ratio-ratio profitabilitas terdiri atas (James C. Van Horne, 1989, 766-768) :

1. Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan :

a. <i>Gross Profit Margin</i> =	$\frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$
b. <i>Net Profit Margin</i> =	$\frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Penjualan}}$

2. Profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi :

a. ROE =	$\frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Modal Sendiri} - \text{Nilai Saham Preferen}}$
b. ROA =	$\frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$
c. <i>Net Operating Profit Rate of Return</i> =	$\frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$

3. *Turnover dan Earning Power :*

$$\text{a. Total Assets to Sales} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

$$\text{b. Earning Power} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times \frac{\text{Laba Sesudah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

$$\text{Earning Power} = \frac{\text{Laba Sesudah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Ratio-ratio profitabilitas adalah : Jarl G. Kallberg & Kenneth L. Parkinson (1993, 25)

1. ROA :

$$\frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

2. ROE :

$$\frac{\text{Net Income - Preferred Dividene}}{\text{Common Equity}}$$



Ratio-ratio Profitabilitas terdiri atas: Bambang Riyanto (1995, 335-336)

1. *Gross Profit Margin :*

$$\frac{\text{Penjualan Bersih - Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

2. *Operating Income Ratio (Operating Profit Margin)* :

$$\frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan} - \text{Biaya-biaya administrasi, penjualan, umum}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. *Operating Ratio* :

$$\frac{\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Biaya-biaya administrasi, penjualan, umum}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

C. Pengaruh Kebijakan Piutang Dagang Terhadap Profitabilitas

Analisa kredit yang menyangkut laba yang diperoleh dengan beban yang timbul dengan adanya piutang itu memang menimbulkan *trade off* antara kedua hal tersebut, apabila perusahaan menghendaki labanya meningkat, maka jumlah piutang dapat diperbesar, tetapi hal ini akan menimbulkan adanya beban seperti potongan kredit, piutang yang mungkin tak dapat ditagih (R. Agus Santoso, 1995, 533-534). Seperti halnya keputusan investasi aktiva lainnya, penentuan kebijakan kredit yang optimal memerlukan perhitungan yang cermat yang menyangkut tambahan biaya dan tambahan laba pada kebijakan kredit. Selain itu tujuan manajemen piutang juga harus konsisten dengan tujuan investasi aktiva yang lain yakni memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Perusahaan dapat meningkatkan investasi pada piutang sepanjang tambahan keuntungan yang timbul adanya piutang tersebut masih lebih besar daripada tambahan biaya investasi piutang tersebut. Apabila diasumsikan bahwa semua

faktor relatif konstan seperti kondisi ekonomi, harga, biaya, biaya produksi, biaya iklan, maka kenaikan penjualan akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Tetapi kenaikan penjualan kredit tersebut juga akan mengakibatkan kenaikan biaya yang meliputi *Opportunity Cost* tambahan dana untuk investasi pada piutang, tambahan biaya pengumpulan piutang. Akhirnya perubahan kebijakan kredit yang makin longgar sering menimbulkan adanya piutang yang tak dapat tertagih.

Standar kredit diperketat akan menimbulkan efek yang berlawanan. Kebijaksanaan kredit yang longgar (*liberal credit policy*) pada umumnya selain dapat mendorong kenaikan penjualan dapat juga menimbulkan problem lain yaitu meningkatnya kerugian karena piutang ragu-ragu sehingga *cost of bad debt* menjadi lebih besar. Sebaliknya, kebijaksanaan kredit yang relatif ketat (*conservatif credit policy*), selain akan mengurangi kemungkinan terjadinya kerugian karena piutang ragu-ragu (*bad debt losses*) dapat pula menurunkan volume penjualan sehingga keuntungan yang akan diperoleh menjadi berkurang. Margin keuntungan yang tinggi tidak selalu lebih baik dari pada margin keuntungan yang rendah, semuanya itu tergantung pada dampak gabungan dari margin keuntungan dan perputaran aktiva. Sedangkan ROA adalah ukuran dasar efisiensi suatu perusahaan dalam mengalokasi dan mengelola sumber dayanya. ROA berbeda dengan ROE karena ROA mengukur keuntungan sebagai persentase dari seluruh aktiva, sedangkan ROE mengukur keuntungan sebagai

persentase dari modal pemegang saham saja. Menghasilkan ROA dengan menggabungkan margin keuntungan yang tinggi dengan perputaran aktiva yang rendah merupakan strategi yang banyak dilakukan oleh perusahaan besar, tetapi yang ideal adalah margin keuntungan tinggi dan perputaran aktiva tinggi. Tetapi disamping itu dapat menarik banyak persaingan yang lambat laun akan menekan ROA ke tingkat yang lebih normal. Sebaliknya margin keuntungan yang rendah dan perputaran aktiva yang rendah akan membawa perusahaan kepada kebangkrutan. Margin Bruto (*Gross Margin*) dalam mengevaluasi margin keuntungan suatu perusahaan seringkali menarik untuk membedakan antara biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel adalah biaya yang berubah mengikuti perubahan penjualan. Biaya tetap adalah biaya yang selalu konstan tidak berubah. Apabila biaya tetap itu tinggi akan lebih mudah terpengaruh pada penurunan penjualan dari pada apabila biaya tetap tidak diturunkan bila penjualan jatuh. Hal ini berarti bahwa penjualan yang turun akan menyebabkan penurunan keuntungan dengan drastis. Manajemen piutang dagang langsung berdampak atas profitabilitas perusahaan. Dalam manajemen piutang dagang termasuk kebijaksanaan diskonto dan kebijaksanaan kredit untuk pelanggan marginal, menyelidiki cara-cara untuk mempercepat penagihan dan mengurangi piutang ragu-ragu. Perhatian utama dalam manajemen piutang dagang adalah menentukan persyaratan kredit yang diberikan kepada pelanggan, dimana mempengaruhi volume penjualan. Persyaratan kredit mempunyai pengaruh langsung atas biaya dan penghasilan

berasal dari piutang. Bila persyaratan kredit ketat akan mengalami lebih sedikit kerugian. Tetap penjualan akan yang lebih rendah, laba berkurang dan reaksi pelanggan yang tidak menguntungkan. Sebaliknya jika persyaratan kredit lunak akan mengakibatkan penjualan dan laba kotor lebih besar karena pelanggan marginal membayar lebih lambat. Banyak jalan untuk memaksimalkan profitabilitas piutang dagang dan menekan kerugian serendah mungkin. Di dalamnya termasuk menagih dengan benar, factoring dan mengkaji kesehatan keuangan pelanggan, serta perlindungan asuransi.

Dalam Analisa Profitabilitas dan Resiko ada hal-hal yang perlu diperhatikan adalah :

Apabila perusahaan bertujuan untuk meningkatkan Profitabilitas yang diperolehnya maka peningkatan Profitabilitas tersebut akan diikuti pula oleh resiko yang semakin besar. Demikian pula kalau perusahaan ingin melakukan sebaliknya, atau menurunkan resiko, maka penurunan tingkat resiko ini akan diikuti oleh penurunan tingkat profitabilitas, jadi pengaruh perubahan aktiva lancar dan passiva lancar menimbulkan *trade off* antara profitabilitas dan resiko perusahaan. Namun demikian, penurunan profitabilitas ini akan diikuti pula oleh menurunnya resiko yang dihadapi oleh perusahaan karena semakin kecilnya hutang lancar berarti net working capital akan semakin besar. Apabila perusahaan menaikkan profitabilitasnya maka resiko akan bertambah besar, demikian pula

sebaliknya. Dengan demikian pengaruh dari penggabungan resiko tersebut akan memberikan hasil yaitu :

"Profitabilitas meningkat maka resiko akan meningkat, Profitabilitas menurun maka resiko akan menurun".

Laba perusahaan bisa meningkat melalui dua cara : Syafaruddin Alwi (1993, 5-7)

1. Meningkatkan pendapatan dari penjualan.
2. Menurunkan ongkos-ongkos.

Ongkos dapat dikurangi dengan meningkatkan efisiensi pengeluaran pada pos-pos tertentu, sedangkan profit dapat dinaikkan dengan meningkatkan investasi dalam assets yang profitable, yang mampu menghasilkan tingkat pendapatan yang lebih tinggi. Jika perusahaan ingin meningkatkan profitabilitasnya maka resiko juga naik. Menurunkan resiko harus menurunkan profitabilitas. Perubahan antara dua masalah ini berkaitan dengan bagaimana perusahaan meningkatkan profitabilitas dengan memanipulasi modal kerja yang konsekuensinya menghadapi resiko yang lebih tinggi karena diukur dengan jumlah modal kerja. Efek dari perubahan current asset terhadap kemampuan menghasilkan laba dan resiko diukur dengan ratio current asset terhadap total asset. Jika ratio current asset dengan total asset naik, maka baik profitabilitas maupun resiko menurun. Profitabilitas menurun jika current asset kurang profitable terhadap fixed asset. Profitabilitas meningkat disebabkan menurunnya ongkos sehubungan dengan penggunaan yang lebih besar pada sumber dana jangka pendek.

Tujuan perusahaan melakukan perubahan kebijakan piutang dagang yang telah dijalankan adalah untuk meningkatkan penjualan guna meningkatkan laba.

Pengaruh antara kebijakan piutang terhadap profitabilitas dapat digambarkan berikut ini :

Kebijakan Piutang	Profitabilitas
Kebijakan ketat, perputaran piutang dagang tinggi, jumlah piutang dagang rendah	Tinggi
Kebijakan Lunak, perputaran piutang dagang rendah, jumlah piutang dagang tinggi	Rendah

