

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Piutang

Penerapan sistem penjualan secara kredit yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu usaha perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan apa yang disebut dengan piutang, sehingga dengan kata lain piutang timbul karena perusahaan menerapkan sistem penjualan secara kredit.

Melihat pada berbagai referensi, piutang sering juga diartikan sebagai bentuk klaim yang ditujukan kepada pihak lain sebagai hasil dari transaksi untuk tujuan akuntansi.

Terdapat beberapa pengertian atau definisi dari piutang berdasarkan pendapat para ahli yang nampak berbeda namun mempunyai inti dan tujuan yang sama.

Menurut Fahmi (2012:62) mendefinisikan sebagai berikut “piutang merupakan bentuk penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana pembayarannya tidak dilakukan secara tunai, namun bersifat bertahap”. Penjualan kredit membuat perusahaan lebih jauh terlibat dalam manajemen kredit. Salah satu target dari manajemen kredit adalah tercapainya target penjualan sesuai dengan perencanaan, serta selanjutnya menunggu masuknya dana angsuran ke kas perusahaan.

Menurut John Wild yang dialih bahasakan dan dikutip oleh Fahmi (2012:63)

memberikan pendapat sebagai berikut :

Piutang (*receivable*) merupakan nilai jatuh tempo yang berasal dari penjualan barang atau jasa, atau dari pemberian pinjaman uang. Piutang mencakup nilai jatuh tempo yang berasal dari aktivitas seperti sewa dan bunga. Piutang usaha (*account receivable*) mengacu pada janji lisan untuk membayar yang berasal dari penjualan produk dan jasa secara kredit. Wesel tagih (*notes receivable*) mengacu pada janji tertulis untuk membayar.

Menurut Munandar (2006:77) mendefinisikan sebagai berikut “piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan dimintakan pembayarannya bilamana telah sampai jatuh tempo”.

Menurut Kiesho (2007:512) yang dialih bahasakan oleh Akbar Yulianto mendefinisikan piutang usaha sebagai berikut:

Piutang usaha (*account receivable*) adalah jumlah pembelian secara kredit dari pelanggan. Piutang timbul sebagai akibat dari penjualan barang atau jasa. Piutang ini biasanya diperkirakan akan tertagih dalam waktu 30 sampai 60 hari. Secara umum, jenis piutang ini merupakan piutang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan.

Piutang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan. Melihat dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa piutang antara lain merupakan semua tuntutan terhadap pelanggan baik berbentuk uang, barang maupun jasa sebagai akibat dari adanya transaksi di masa lalu. Perusahaan memiliki hak penagihan terhadap pihak lain yang menjadi langganannya dan mengharap pembayaran dari mereka agar memenuhi kewajiban terhadap perusahaan. Penjualan secara kredit menimbulkan hak bagi perusahaan yang melakukan penagihan pada langganannya, di mana hal itu ditentukan oleh persyaratan yang telah

disepakati bersama pada saat melakukan transaksi, seperti jangka waktu pembayaran.

Jumlah piutang terbesar dalam perusahaan terlihat pada piutang dagang (*account receivable*), dan piutang dagang tercipta dari daya tarik konsumen yang tinggi pada produk perusahaan. Perusahaan memandang semakin besar piutang dagang, maka artinya semakin besar pula kepemilikan finansial yang berada diluar yang akan masuk secara bertahap dan sistematis ke kas perusahaan.

Penjualan produk secara kredit atau piutang dagang dilakukan dengan maksud untuk menggenjot penjualan agar tercapai sesuai dengan target yang diinginkan. Persoalan sering terjadi pada saat angka penjualan kredit naik akan diiringi oleh meningkatnya jumlah piutang tak tertagih (*bad debt*). Semakin besar jumlah piutang tak tertagih, semakin besar pula peluang persoalan yang akan dihadapi perusahaan di kemudian hari, dan lebih jauh akan berdampak pada berkurangnya perolehan keuntungan yang akan diterima oleh perusahaan.

Pengklasifikasian piutang dilakukan untuk memudahkan pencatatan transaksi yang mempengaruhinya. Ikatan Akuntan Indonesia (2007:451) mengemukakan bahwa menurut sumber terjadinya, piutang digolongkan ke dalam dua kategori yaitu piutang usaha dan piutang lain-lain. Piutang usaha timbul karena penjualan produk atau jasa dalam rangka kegiatan normal usaha, sementara piutang yang timbul di luar kegiatan normal usaha digolongkan sebagai piutang lain-lain. Berikut adalah pengelompokan piutang secara umum:

1. Piutang Dagang (*Trade Receivable*)

Piutang dagang merupakan jumlah tagihan perusahaan kepada pelanggan yang berasal dari penjualan barang dan jasa yang merupakan kegiatan usaha normal perusahaan. Piutang dagang merupakan tipe piutang yang paling lazim ditemukan dan umumnya mempunyai jumlah yang paling besar. Piutang ini dapat dibagi menjadi piutang usaha dan wesel tagih.

a. Piutang Usaha (*account receivable*)

Piutang usaha yang berasal dari penjualan kredit jangka pendek dan biasanya dapat ditagih dalam waktu 30 sampai 60 hari. Biasanya piutang usaha tidak melibatkan bunga, meskipun pembayaran bunga atau biaya jasa dapat saja ditambahkan bilamana pembayarannya tidak dilakukan dalam periode tertentu yang telah disepakati.

b. Wesel Tagih (*notes receivable*)

Wesel tagih adalah janji tertulis untuk membayar sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu di masa depan. Wesel tagih dapat berasal dari penjualan, pembayaran atau transaksi lainnya. Wesel tagih bisa bersifat jangka pendek ataupun jangka panjang. Wesel tagih dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu :

1) Wesel tagih berbunga (*interest bearing notes*)

Wesel tagih berbunga ditulis sebagai perjanjian untuk membayar pokok atau jumlah nominal dan ditambah dengan bunga yang terhutang pada tingkat khusus.

2) Wesel tagih tanpa bunga (*non-interest bearing notes*)

Pada wesel tagih tanpa bunga tidak dicantumkan persen bunga, tetapi jumlah nominalnya meliputi beban bunga.

2. Piutang Lain-lain (Non Dagang)

Piutang lain-lain merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan atau pihak lain akibat dari transaksi yang secara tidak langsung berhubungan dengan kegiatan normal usaha perusahaan. Piutang lain-lain meliputi piutang pegawai, piutang dari perusahaan afiliasi, piutang dividen, piutang bunga, dan lain-lain.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Piutang Tak Tertagih

Piutang merupakan salah satu unsur aktiva lancar dalam neraca yang memiliki perputaran yang cepat (kurang dari satu tahun). Sebagai salah satu bentuk investasi yang tak berbeda dengan investasi kas, persediaan dan lain-lain, maka dengan adanya piutang perusahaan harus menyediakan dana untuk diinvestasikan ke dalam piutang.

Beberapa faktor yang mempengaruhi besar kecilnya dana yang diinvestasikan dalam piutang menurut Basri (2012:82) sebagai berikut :

a. Volume Penjualan Kredit

Semakin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian, makin besar volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti perusahaan harus menyediakan

investasi yang lebih besar dalam piutang. Makin besar jumlah piutang berarti makin besar resiko tidak tertagihnya piutang, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar profitabilitas perusahaan.

b. Syarat Pembayaran Bagi Penjualan Kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat, berarti perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitasnya. Syarat pembayaran lebih ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat.

c. Ketentuan Tentang Batasan Volume Penjualan Kredit

Dalam penjualan kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi batas maksimal kredit yang ditetapkan bagi masing-masing langganan, berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit. Makin selektif para langganan yang dapat diberi kredit, akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang. Ketentuan dapat bersifat kuantitatif berupa batas maksimum kredit, dan dapat juga bersifat kualitatif berupa ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit.

d. Kegiatan Penagihan Piutang Dari Pihak Perusahaan

Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang melakukan kebijaksanaan secara aktif, maka perusahaan harus mengeluarkan uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang, tetapi dengan menggunakan cara ini, maka piutang yang ada akan cepat tertagih sehingga akan lebih memperkecil jumlah piutang perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan menggunakan kebijaksanaan secara pasif, maka pengumpulan piutang akan lebih lama, sehingga jumlah piutang perusahaan akan lebih besar.

e. Kebiasaan Membayar Para Pelanggan Kredit

Langganan yang memiliki kebiasaan membayar dengan memanfaatkan *cash discount* bisa mengakibatkan semakin kecilnya investasi dalam piutang dibandingkan dengan yang tidak memanfaatkannya. Hal ini tergantung cara mereka menilai kedua alternatif tersebut.

Konsekuensi dari adanya investasi dalam piutang tersebut yaitu menyerap sejumlah dana modal kerja, mempunyai usia tertentu sesuai waktu keterkaitannya, mempengaruhi tingkat resiko perusahaan secara keseluruhan, perlu dimonitor tingkat efisiensi pengelolaannya dari waktu ke waktu.

3. Kebijakan Kredit

a. Manfaat Penjualan Kredit

Menurut Basri (2012:81-82) investasi pada piutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain :

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

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, penulis berpendapat bahwa manfaat-manfaat penjualan kredit antara lain: dapat meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan keuntungan perusahaan serta dapat meningkatkan hubungan dagang antara pelanggan dengan perusahaan.

b. Persyaratan Kredit

Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan penjualan kredit memerlukan pedoman dalam menentukan kepada siapa akan memberikan kredit dan berapa jumlah kredit tersebut. Perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan, tetapi juga penetapan standar kredit tersebut dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut :

1) Standar kredit

Menurut Syamsuddin (2007:256) standar kredit dari suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai "kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit."

Hal-hal seperti nama baik pelanggan sehubungan dengan kredit, atau pembayaran utang-utang dagangnya, baik kepada perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan-perusahaan lain, referensi-referensi kredit, rata-rata jangka waktu pembayaran utang dagang dan beberapa rasio keuangan tertentu dari perusahaan pelanggan akan dapat memberikan suatu dasar penilaian bagi perusahaan sebelum memberikan atau melakukan penjualan kredit.

Faktor-faktor utama yang harus dipertimbangkan apabila perusahaan bermaksud untuk mengubah standar kredit yang diterapkan menurut Syamsuddin (2007:257) adalah :

- a) Biaya administrasi, bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang diterapkan, berarti banyak kredit yang diberikan dan tugas-tugas yang

tidak dapat dipisahkan dengan adanya penambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin bertambah besar. Sebaliknya, apabila standar kredit diperketat, maka jumlah penjualan kredit yang diberikan semakin kecil dan tugas-tugas yang berkaitan dengan piutang akan semakin sedikit. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa standar kredit yang lebih ketat akan mengurangi biaya administrasi.

- b) Investasi dalam piutang, semakin besar piutang semakin besar pula biaya-biayanya. Perlunakan standar kredit diharapkan untuk meningkatkan volume penjualan, sedangkan standar kredit yang semakin ketat akan menurunkan volume penjualan.
- c) Kerugian piutang (*bad debt expenses*), akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standar kredit, dan akan menurun bilamana standar kredit diperketat.
- d) Volume penjualan, bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan, dan sebaliknya jika perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun.

2) Syarat Kredit (*Credit Term*)

Syarat kredit merupakan ketentuan yang ditetapkan perusahaan terhadap pelanggan untuk membayar utangnya. Syarat kredit dapat bersifat lunak atau ketat. Bersifat ketat, berarti perusahaan mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan laba. Bersifat lunak, berarti perusahaan melakukan strategi

dalam meningkatkan volume penjualan. Persyaratan kredit atau *credit term* meliputi tiga hal, yaitu :

a) Potongan tunai

Memungkinkan pelanggan tertarik untuk membayar pinjaman lebih awal. Hal ini membuat penagihan periode rata-rata (*average collection period*) akan lebih pendek dan penjualan pun meningkat. Besarnya potongan tunai yang diberikan dapat ditentukan oleh titik di mana biaya yang dikeluarkan sama dengan manfaat yang akan diterima oleh perusahaan. Perusahaan memberikan atau memperbesar potongan tunai dalam penjualan kredit yang dilakukan maka dapat diperkirakan akan terjadi perubahan-perubahan seperti berikut ini :

Tabel 2.1

Pengaruh Potongan Tunai Pada Penjualan Kredit

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh Kas Keuntungan Positif (+) atau Negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	T	+
Kerugian piutang atau <i>Bad debt expense</i>	T	+
Keuntungan per unit	T	-

Sumber : Lukman Syamsuddin (2007)

Volume penjualan akan meningkat karena adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam waktu 10 hari, maka harga dari produk yang dibeli oleh perusahaan pelanggan akan lebih murah. Penurunan harga tersebut akan diikuti oleh meningkatnya permintaan dan volume penjualan bila permintaan terhadap produk perusahaan cukup elastis .

Rata-rata pengumpulan piutang juga akan menurun karena pelanggan yang tadinya tidak mendapatkan potongan tunai, sekarang dapat mengambil potongan tunai tersebut. Hal ini tentu saja berarti suatu pembayaran yang lebih awal dan dengan demikian jangka waktu rata-rata pengumpulan piutangpun akan berkurang.

Demikian pula halnya dengan kerugian piutang, karena banyaknya pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka probabilitas dari kerugian piutang atau *bad debt expenses* akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan.

Aspek negatif dari adanya potongan tunai adalah menurunnya keuntungan per unit dari produk yang dijual bilamana semakin banyak pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut berarti menurunnya keuntungan dari produk yang dijual.

b) Periode kredit

Perubahan dalam priode kredit (misalnya dari net 30 hari menjadi 60 hari) juga akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengaruh-pengaruh

berikut ini diperkirakan akan terjadi bilamana perusahaan memperpanjang periode kredit yang diberikan.

Perpanjangan periode kredit akan meningkatkan volume penjualan tetapi baik rata-rata pengumpulan piutang maupun kerugian piutang juga akan meningkat. Peningkatan volume penjualan akan mempunyai pengaruh yang positif atas keuntungan perusahaan, sedangkan rata-rata pengumpulan piutang dan kerugian piutang akan berpengaruh negatif bagi keuntungan perusahaan. Kebalikan dari hal ini, perpendekan dari periode kredit, akan mempunyai pengaruh-pengaruh yang sebaliknya.

c) Evaluasi Terhadap Pelanggan

Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh pelanggan, perusahaan perlu mengadakan evaluasi terhadap pelanggan. Ini dilakukan untuk mencegah resiko kredit yaitu resiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan.

Prawironegoro (2010:288) mengatakan bahwa dalam menilai resiko kredit, seorang manajer kredit dapat melaksanakan penilaian 5C dari calon pelanggan, yaitu :

i. *Character*

Character menggambarkan keinginan atau kemauan para pelanggan untuk secara jujur memenuhi kewajiban-kewajibannya. Faktor-faktor ini sangat penting karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.

ii. *Capacity*

Capacity merupakan pendapat subjektif mengenai kemampuan dari pelanggan, dengan menunjukkan bahwa perusahaannya beroperasi sukses.

iii. *Capital*

Capital berhubungan dengan penilaian sumber-sumber *financial* dari perusahaan pelanggan, terutama ditunjukkan oleh neraca.

iv. *Collateral*

Collateral berhubungan dengan pencerminan aktiva pelanggan sebagai jaminan atas kredit yang diberikan kepada pelanggan tersebut.

v. *Condition*

Condition menunjukkan *impact* (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

d) Pengaruh Penjualan Kredit

Penjualan tunai berdasarkan dengan arus kas masuk akan terjadi bersamaan dengan terjadinya transaksi penjualan. Besarnya arus kas masuk dari penjualan kredit akan sangat tergantung pada jangka waktu kredit, kerajinan dari petugas penagih piutang, mutu debitur, dan situasi pada umumnya.

4. Biaya Atas Piutang

Pelaksanaan penjualan secara kredit yang kemudian menimbulkan piutang maka perusahaan sebenarnya tidak terlepas dari penanggungan resiko berupa biaya. Biaya yang timbul akibat dari adanya piutang menurut Basri (2012:83) antara lain adalah :

a. Biaya sumber dana

Piutang sebagai salah satu bentuk investasi akan menyerap sebagian dari modal perusahaan yang tersedia. Bila perusahaan menggunakan modal sendiri seluruhnya, maka dengan piutang modal yang tersedia untuk investasi bentuk lain (persediaan, aktiva tetap, dan lain-lain) akan berkurang. Dengan demikian, biaya modal besarnya sama dengan besarnya modal sendiri. Bilamana modal sendiri tidak mencukupi sehingga perusahaan terpaksa menggunakan pinjaman bank, maka timbul biaya yang eksplisit dalam bentuk bunga modal pinjaman. Oleh karena itu, piutang sebagai investasi dibelanjai dengan modal sendiri atau modal luar yang selalu menambah beban tetap yang berwujud biaya modal. Dengan adanya piutang, kebutuhan modal kerja akan meningkat.

b. Biaya administrasi piutang

- 1) Biaya organisasi atau unit kerja yang diberi tugas mengelola piutang, yaitu gaji dan jaminan sosial lain bagi petugas penagihan dan administrasi piutang.

2) Biaya penagihan misalnya biaya telepon, surat penagihan, biaya perjalanan bagi penagih piutang.

c. Biaya pengumpulan piutang

Dengan adanya piutang maka timbul kegiatan penagihan piutang yang akan mengeluarkan biaya yang disebut sebagai biaya pengumpulan piutang.

d. Adanya piutang tak tertagih

Mungkin tidak semua piutang dapat tertagih, hal ini bisa saja disebabkan debitur lari atau bankrut. Dapat saja timbul piutang macet atau tak tertagih sama sekali, sehingga mengakibatkan adanya piutang tak tertagih (*bad debts*) sehingga perlu dibentuk cadangan piutang ragu-ragu yang dibentuk lewat penyisihan sebagian keuntungan penjualan. Pembentukan cadangan inilah merupakan salah satu bentuk biaya piutang. Jumlah biaya-biaya ini ada yang bersifat *fixed* seperti gaji personil penagih utang, ada yang bersifat *variable* seperti biaya perjalanan/penagihan piutang. Jumlah ini berubah dari waktu ke waktu, karena :

- 1) Perbedaan jumlah pelanggan yang harus dilayani
- 2) Perbedaan nilai piutang keseluruhan yang harus dikelola.
- 3) Perbedaan fungsi piutang atau penjualan dengan kredit dari waktu ke waktu berhubungan dengan adanya perbedaan antara kondisi persaingan dan situasi ekonomi secara umum.
- 4) Perbedaan jangka waktu kredit yang diberikan

5. Administrasi Piutang

Manajemen piutang dapat dikatakan efektif apabila administrasi piutang dan sistem pengendaliannya disusun secara teratur dan terarah. Hal ini mengakibatkan seluruh piutang dapat diketahui dan dikontrol dengan baik, sehingga penyelewengan atau kebocoran dana khususnya dalam hal ini dana piutang dapat dihindari atau diminimalkan. Manajemen piutang juga dapat mempercepat dan mempermudah pelayanan kepada pelanggan khususnya pelanggan kredit sehingga menjadi daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh perusahaan.

a. Tujuan Administrasi Piutang

Tujuan administrasi piutang antara lain adalah :

- 1) Memberikan informasi penagihan untuk tepat waktu.
- 2) Meyakinkan jumlah piutang itu memang ada, dan bukan fiktif.
- 3) Menentukan tingkat kecairan, untuk pengelompokkan ke aktiva lancar atau aktiva lain-lain.
- 4) Untuk mendapat dasar dalam membuat cadangan dan penghapusan piutang.
- 5) Untuk mengontrol apakah maksimum kredit masing-masing pelanggan terlampaui atau tidak.
- 6) Sebagai sumber penelitian kondisi debitur.
- 7) Sebagai kontrol terhadap saldo buku besar piutang.

b. Fungsi Bagian Piutang

Agar tujuan administrasi dapat dicapai maka selayaknya setiap perusahaan, dalam hal ini perusahaan dagang memiliki bagian khusus yang menangani hal-hal yang berhubungan dengan piutang, di mana bagian piutang memiliki fungsi seperti yang dikemukakan oleh Baridwan (2006:193) sebagai berikut :

- 1) Membuat cadangan piutang yang dapat menunjukkan jumlah kredit-kredit kepada tiap-tiap langkah. Hal ini dapat memudahkan kita untuk mengetahui sejarah kreditnya, jumlah maksimum kredit dan keterangan lainnya yang diperlukan oleh bagian kredit.
- 2) Menyiapkan dan mengirimkan surat pernyataan piutang.
- 3) Membuat daftar analisa umur piutang tiap periode. Daftar ini digunakan untuk menilai keberhasilan kebijakan kredit yang dijalankan juga sebagai memo untuk mencatat kerugian piutang.

c. Surat Pernyataan Piutang

Surat pernyataan piutang merupakan salah satu formulir yang menunjukkan piutang pada pelanggan untuk tanggal tertentu, dan dalam bentuk surat pernyataan piutang tertentu disertai perincian pendukungnya. Bentuk-bentuk surat pernyataan piutang yaitu :

- 1) Surat pernyataan saldo akhir bulan (*balance of moment statement*)

Dalam surat pernyataan ini, yang diinformasikan kepada pelanggan hanya saldo akhir suatu bulan tertentu saja. Dengan demikian informasinya

cukup ringkas. Surat pernyataan dibuat dengan mengutip saldo akhir yang ada pada rekening pembantu piutang pada pelanggan tertentu.

2) Surat pernyataan elemen-elemen terbuka (*open item statement*)

Berisi daftar faktur penjualan yang belum dilunasi, beserta tanggal dan jumlahnya. Digunakan bila pelanggan melunasi faktur.

3) Surat pernyataan tunggal (*unit statement*)

Dikerjakan dengan kartu piutang memakai karbon untuk mendapatkan tembusan selama satu periode (biasanya bulanan). Lembar pertama untuk surat pernyataan dan lembar kedua merupakan kartu piutang. Setiap bulan digunakan lembar baru, di mana lembar pertama dikirimkan kepada langganan dan lembar kedua disimpan sebagai buku pembantu piutang.

4) Surat pernyataan saldo berjalan dengan rekening konvensional (*running balance statement with conventional account*)

Berisi keterangan yang sama dengan pernyataan tunggal, cara mengerjakan juga sama. Perbedaannya adalah tembusan yang merupakan buku pembantu piutang tidak diganti tiap bulan tetapi buku pembantu piutang tersebut terus dipakai sampai penuh.

Laporan yang sering dibuat dalam administrasi piutang, menurut Samsul (2008:355-358) yaitu :

1) Rekening koran piutang dagang per langganan

- a) Rekening koran tipe saldo akhir bulanan
- b) Rekening koran tipe saldo akhir unit terbuka

c) Rekening koran tipe transaksi berjalan

2) Daftar umur piutang, dibuat tiap akhir bulan atau sewaktu-waktu diperlukan pinjaman. Dipakai untuk menilai langganan yang menunggak pembayarannya.

3) Daftar piutang yang dihapuskan.

6. Prosedur Penagihan

Ada 5 (lima) langkah prosedur penagihan menurut Samsul (2008:362-363)

meliputi :

- a. Menyerahkan faktor-faktor yang sudah hampir jatuh tempo dari pemegang arsip faktor kepada penagih.
- b. Penagih menyerahkan faktor kepada debitur yang bersangkutan, untuk dicek terlebih dahulu sebelum membayarnya.
- c. Penagih kembali kepada debitur pada tanggal yang dijanjikan oleh si debitur untuk pelunasan hutangnya.
- d. Penagih menyetero hasil tagihan kepada kasir perusahaan.
- e. Mengambil faktor yang tidak terbayar kepada pemegang faktor semula

Meskipun demikian debitur dapat membayar hutangnya dengan cara :

- a. Membayar langsung dan datang kepada perusahaan.
- b. Membayar melalui bank.
- c. Kompensasi utang/piutang.

d. Membayar lewat penagih/kolektor.

7. Perputaran Piutang

Piutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan volume penjualan kredit, karena timbulnya piutang disebabkan oleh penjualan barang-barang secara kredit dan hasil dari penjualan secara kredit *netto* dibagi dengan piutang rata-rata merupakan perputaran piutang. Nilai dari perputaran piutang tergantung dari syarat pembayaran piutang tersebut. Makin lunak atau makin lama syarat pembayaran yang ditetapkan berarti makin lama modal terikat dalam piutang.

Pengertian Perputaran piutang menurut Prawironegoro (2010:284) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan perputaran piutang adalah sebagai berikut :

Perputaran piutang merupakan periode terikatnya modal dalam piutang yang tergantung kepada syarat pembayarannya. Makin lunak atau makin lama syarat pembayarannya, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu adalah makin rendah.

Menurut rumus yang dinyatakan oleh Prawironegoro, maka tingkat perputaran piutang (*receivable turnover*) dapat diketahui dengan membagi jumlah penjualan kredit selama periode tertentu dengan jumlah rata-rata piutang (*average receivables*) pada periode tersebut.

Tingkat perputaran piutang dapat digunakan sebagai gambaran keefektifan pengelolaan piutang, karena semakin tinggi tingkat perputaran piutang suatu perusahaan berarti semakin baik pengelolaan piutangnya. Tingkat perputaran piutang dapat dipertinggi dengan jalan memperketat kebijaksanaan penjualan kredit, misalnya dengan jalan memperpendek jangka waktu pembayaran. Tingkat

perputaran piutang yang tinggi, maka semakin cepat piutang tersebut menjadi uang kas dan bisa digunakan untuk membiayai kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi perputaran piutang maka likuiditas perusahaan juga semakin tinggi.

8. Cara Pengumpulan Piutang

Cara pengumpulan piutang menurut Syamsuddin (2007:273-274) adalah :

- a. Melalui surat. Bilamana waktu pembayaran utang dari langganan sudah lewat beberapa hari, tetapi belum juga dilakukan pembayaran maka perusahaan dapat mengirimkan 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 yang kedua yang nadanya lebih keras.
- b. Melalui telepon. Jika setelah dikirim surat teguran ternyata utang-utang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelpon langganan dan secara pribadi meminta untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut ternyata langganan mempunyai alasan yang dapat diterima, maka mungkin perusahaan 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 utangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

9. Rasio Keuangan

Untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan, analisis keuangan memerlukan beberapa tolok ukur. Tolok ukur yang sering dipakai adalah rasio atau indeks, yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Menurut Munawir (2006:79) berdasarkan sumber analisis rasio keuangan dapat dibedakan atas :

- a. Perbandingan Internal (*internal comparison*), yaitu membandingkan rasio pada saat ini dengan rasio pada masa lalu dan masa akan datang dalam perusahaan yang sama.
- b. Perbandingan eksternal (*external comparison*) dan sumber-sumber rasio industri, yang membandingkan rasio perusahaan dengan perusahaan-perusahaan sejenis atau dengan rata-rata industri pada saat yang sama.

Menurut Munawir (2006:95) berdasarkan sumber datanya maka angka rasio dapat dibedakan atas :

- a. Rasio neraca (*balance sheet ratios*), yang tergolong dalam kategori ini adalah semua rasio yang semua data diambil atau bersumber pada neraca.

- b. Rasio-rasio laporan laba/rugi (*income statement ratios*) yaitu angka-angka rasio yang dalam penyusunan semua data diambil dari laporan laba/rugi.
- c. Rasio-rasio antar laporan (*interstatement ratios*), yaitu semua angka yang penyusunan data berasal dari neraca dan data lainnya dari laporan laba rugi.

Menurut Fahmi (2012:109) ada beberapa manfaat yang bisa diambil dengan dipergunakannya rasio keuangan, anatar lain :

- a. Analisis rasio keuangan sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai alat menilai kinerja dan prestasi perusahaan
- b. Analisis rasio keuangan sangat bermanfaat bagi pihak manajemen sebagai rujukan untuk membuat perencanaan
- c. Analisis rasio keuangan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi suatu perusahaan dari perspektif keuangan
- d. Analisis rasio keuangan juga bermanfaat bagi para kreditor dapat digunakan untuk memperkirakan potensi resiko yang akan dihadapi dikaitkan dengan adanya jaminan kelangsungan pembayaran bunga dan pengembalian pokok pinjaman
- e. Analisis rasio keuangan dapat dijadikan sebagai penilaian bagi pihak *stakeholder* perusahaan

10. Rasio Yang Berhubungan dengan Piutang Dagang

a. Tingkat Perputaran Piutang (*receivable turn over*)

Menurut Prihadi (2009:40) bahwa "*account receivable turn over* dimaksudkan untuk mengukur likuiditas dan efisiensi piutang. Tingkat perputaran piutang tergantung dari syarat pembayaran yang diberikan oleh perusahaan". Makin lama syarat pembayaran semakin lama dana atau modal terikat dalam piutang, yang berarti semakin rendah tingkat perputaran piutang. Tingkat perputaran piutang atau *receivable turn over* dapat diketahui dengan cara membagi penjualan kredit dengan jumlah rata-rata piutang

Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata - rata Piutang}}$$

b. Periode Penagihan Rata-rata (*Average Collection Period*)

Menurut Prihadi (2009:41) periode pengumpulan rata-rata (*average collection period*) yaitu "perbandingan antara piutang usaha dan rata-rata penjualan per hari."

ACP mengukur rata-rata waktu penagihan atas penjualan. Semakin pendek ACP, semakin baik kinerja perusahaan tersebut karena modal kerja yang tertanam dalam bentuk piutang kecil sekaligus mencerminkan sistem penagihan piutang berjalan dengan baik. Jika ACP terlalu panjang, kemungkinan yang terjadi adalah:

- 1) Perusahaan memberikan *terms of payment* yang terlalu panjang kepada konsumen atau distributor.

2) Piutang perusahaan banyak yang macet.

Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$ACP = \frac{360}{\text{Tingkat Perputaran Piutang}}$$

c. Rasio Tunggakan

Menurut Keown (2008:77) rasio ini digunakan untuk mengetahui berapa besar jumlah piutang yang telah jatuh tempo dan belum tertagih dari sejumlah penjualan kredit yang dilakukan. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Rasio tunggakan} = \frac{\text{Jumlah Piutang Tertunggak Pada Akhir Periode}}{\text{Total Piutang Pada Periode Yang Sama}} \times 100\%$$

d. Rasio Penagihan

Menurut Keown (2008:77) rasio ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana aktivitas penagihan yang dilakukan atau berapa besar piutang yang tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{\text{Jumlah Piutang Tertagih}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

Semakin besar nilai piutang yang tertagih berarti semakin besar nilai persentase dari rasio penagihan, sebaliknya semakin kecil nilai piutang yang tertagih berarti semakin kecil pula nilai persentase dari rasio penagihan tersebut.

Atau besar kecilnya nilai persentase dari rasio penagihan berbanding lurus dengan total piutang yang tertagih.

Semakin efisien dan efektif perusahaan mengelola piutang sehingga dapat dikonversikan menjadi kas, hal ini berarti likuiditas perusahaan pun dapat dipertahankan.

11. Likuiditas

a. Pengertian Likuiditas

Menurut Prihadi (2009:13) likuiditas adalah:

“Suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia”.

Menurut Prihadi ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan likuiditas perusahaan yaitu:

- 1) Besarnya investasi pada aktiva tetap dibandingkan dengan seluruh dana jangka panjang.

Pemakaian dana untuk pembelian aktiva tetap adalah salah satu sebab utama dari keadaan tidak likuid. Apabila makin banyak dana perusahaan yang dipergunakan untuk aktiva tetap, maka sifatnya untuk membiayai kebutuhan jangka pendek tinggal sedikit. Oleh sebab itu, rasio likuiditas menurun.

Kemerosotan tersebut hanya dapat dicegah dengan menambah dana jangka panjang untuk menutup kebutuhan aktiva tetap yang meningkat.

2) Volume kegiatan perusahaan.

Peningkatan volume kegiatan perusahaan akan menambah kebutuhan dana untuk membiayai aktiva lancar. Sebagian dari kebutuhan tersebut dipenuhi dengan meningkatkan hutang-hutang, tetapi jika hal-hal lain tetap, investasi dana jangka panjang untuk membiayai tambahan kebutuhan modal kerja sangat diperlukan agar rasio dapat dipertahankan.

3) Pengendalian aktiva lancar.

Apabila pengendalian yang kurang baik terhadap besarnya investasi dalam piutang dan persediaan menyebabkan adanya investasi yang melebihi daripada yang seharusnya, maka sekali lagi rasio akan turun dengan tajam, kecuali apabila disediakan lebih banyak dana jangka panjang.

Dalam menentukan tingkat likuiditas perusahaan dapat dilihat dari rasio likuiditasnya. Menurut Hanafi (2006:79) "rasio likuiditas mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap hutang lancarnya (hutang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan)".

Rasio – rasio likuiditas banyak sekali macamnya karena rasio dapat dibuat menurut kebutuhan penganalisa. Rasio – rasio likuiditas yang banyak dan sering digunakan antara lain, seperti yang dikemukakan oleh Pudjiastuti (2012:122)

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio or Acid Test Ratio*)

Rasio cepat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva yang paling likuid (cepat). Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar hutang yang segera harus dipenuhi dengan kas yang tersedia dalam perusahaan dan dapat segera diuangkan. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{(\text{Kas} + \text{Efek})}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

b. Arti Penting Likuiditas Bagi Perusahaan

Arti pentingnya aspek likuiditas bagi setiap perusahaan, akan sangat dirasakan pada berbagai akibat yang merugikan atau tidak dapat digunakannya kesempatan untuk memperoleh laba, jika perusahaan berada dalam keadaan tidak likuid (*illiquid*). Berbagai kemungkinan rugi atau tidak dapat digunakannya kesempatan untuk memperoleh laba akibat keadaan tidak likuidnya perusahaan, dapat digambarkan sebagai berikut:

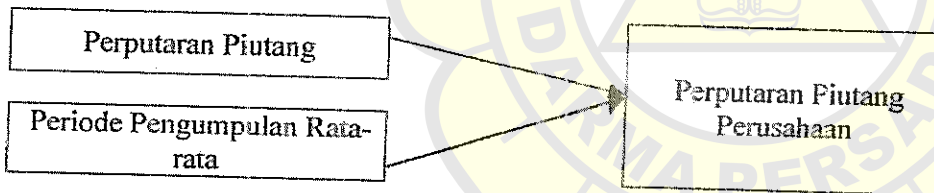
- 1) Perusahaan tidak dapat memanfaatkan kesempatan potongan harga (*discount*) untuk pembelian tunai yang ditawarkan oleh para supplier. Akibatnya, perusahaan terpaksa beroperasi pada tingkat harga yang tinggi, sehingga mengurangi kesempatan untuk memperoleh laba yang besar.
- 2) Perusahaan akan kesulitan atau tidak bisa melunasi hutang jangka pendeknya pada tanggal jatuh tempo. Dalam keadaan demikian, maka kadang-kadang perusahaan terpaksa harus menarik pinjaman baru dengan tingkat bunga yang relatif tinggi, menjual investasi jangka panjang, atau aktiva tetapnya untuk melunasi hutang jangka pendek tersebut. Jika hal ini terjadi secara terus menerus, maka perusahaan akan menghadapi risiko kebangkrutan.
- 3) Bagi para pemilik (perusahaan), keadaan *illikuid* berarti mengurangi kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, atau kehilangan control terhadap sebagian atau seluruh modal yang diinvestasikan.
- 4) Bagi para kreditor perusahaan, keadaan *illikuid* dari perusahaan yang diberi pinjaman/kredit, berarti penundaan pengumpulan atas bunga dan pokok pinjaman yang diberikan. Keadaan ini bisa berarti sebagai suatu awal kerugian yang akan diterima atas sebagian atau seluruh jumlah bunga dan pokok pinjaman tersebut bagi kreditor yang bersangkutan.
- 5) Para langganan seperti halnya para supplier atau leveransir atas barang barang dan jasa bagi perusahaan, akan terpengaruh berupa keadaan ketidakmampuan perusahaan yang *illikuid* dalam melaksanakan ketentuan ketentuan yang telah disepakati dalam kontrak, atau kehilangan arti (manfaat) dalam hubungannya dengan perusahaan sebagai supplier bagi langganan yang bersangkutan.

Transactions Demand for Liquidity berkaitan dengan dana atau kas yang diperlukan perusahaan untuk tujuan transaksi. Faktor *transactions demand for liquidity* ini juga merupakan faktor yang dipertimbangkan manajemen dalam menentukan likuiditas perusahaan. Tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk dapat membayar hutang-hutang jangka pendeknya sering disebut sebagai likuiditas. Perusahaan yang mempunyai cukup kemampuan untuk membayar hutang jangka pendek disebut perusahaan yang likuid. Sedang apabila perusahaan berada dalam keadaan tidak mempunyai kemampuan membayar hutang jangka pendek yang cukup, disebut *illikuid*. Kemampuan untuk membayar utang jangka pendek dari suatu perusahaan terletak pada atau diukur dari kemampuannya untuk mendapatkan kas (alat pembayaran) atau kemampuannya untuk mengkonversikan aktiva non kas menjadi kas.

Pada umumnya aspek likuiditas tidak dipandang hanya pada suatu saat, tetapi dikaitkan dengan satu periode tahun buku atau kadang-kadang diidentifikasi dengan siklus operasi normal perusahaan. Siklus operasi normal perusahaan itu sendiri adalah suatu jangka waktu yang tercakup dari sejak dimulainya aktivitas pembelian, produksi, penjualan hingga aktivitas pengumpulan piutang. Penilaian atau pengukuran aspek likuiditas suatu perusahaan yang diidentifikasi dengan siklus operasi normalnya, umumnya digunakan pada perusahaan-perusahaan yang siklus operasinya melampaui satu periode tahun buku.

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu variabel bebas dengan variabel terikat. Piutang merupakan aktiva lancar yang paling likuid. Piutang merupakan pos yang penting bagi sebagian perusahaan karena jumlahnya yang cukup besar. Keadaan perputaran piutang yang tinggi menunjukkan bahwa semakin efisien dan efektif perusahaan mengelola piutang sehingga dapat dikonversikan menjadi kas, hal ini berarti likuiditas perusahaan pun dapat dipertahankan. Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan teoritis yang telah diuraikan pada BAB I maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada skema gambar di bawah ini :



C. Hipotesa

Hipotesa adalah jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya atas suatu penelitian yang dilakukan agar dapat mempermudah dalam menganalisis.

Berdasarkan tinjauan teoritis, rumusan masalah dan tinjauan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di awal maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_{o1} : Perputaran piutang berpengaruh secara parsial terhadap likuiditas perusahaan
- H_{a1} : Perputaran piutang tidak berpengaruh secara parsial terhadap likuiditas perusahaan
- H_{o2} : Periode pengumpulan rata-rata berpengaruh secara parsial terhadap likuiditas perusahaan
- H_{a2} : Periode pengumpulan rata-rata tidak berpengaruh secara parsial terhadap likuiditas perusahaan
- H_{o3} : Perputaran piutang dan periode pengumpulan rata-rata berpengaruh secara simultan terhadap likuiditas perusahaan
- H_{a3} : Perputaran piutang dan periode pengumpulan rata-rata tidak berpengaruh secara simultan terhadap likuiditas perusahaan

