

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Terdahulu*

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hamel (2013) dengan judul “Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Terhadap Piutang pada PT Nusantara Surya Sakti”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem pengendalian intern terhadap piutang usaha pada PT Nusantara Surya Sakti Amurang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan penerapan pengendalian intern terhadap piutang usaha pada PT Nusantara Surya Sakti Amurang cukup efektif, hal ini terlihat dari diterapkannya unsur-unsur pengendalian intern piutang usaha yang layak dan memadai ditunjang dengan kebijakan dan prosedur pemberian kredit yang baik. Aktivitas pengendalian perlu adanya pemisahan tugas antara bagian pembukuan dan bagian penerimaan kas dan fungsi pemeriksaan audit internal harus lebih ditingkatkan.

Kedua, penelitian Habibie (2013) dengan judul “Analisis Pengendalian Intern Piutang Usaha pada PT Adira Finance Cabang Manado” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas pengendalian intern piutang usaha pada PT. Adira Finance Manado. Penelitian ini menggunakan uji kualitatif terhadap pengendalian intern piutang usaha yang mengacu pada kerangka kerja COSO pada unsur-unsur pengendalian intern. Sampel diambil 5 orang. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengendalian intern piutang usaha efektif, dimana manajemen perusahaan sudah menerapkan konsep dan prinsip-prinsip pengendalian intern.

Ketiga, penelitian Singa dan Tirayoh (2015) dengan judul “Analisis Pengendalian Internal Piutang Usaha pada Developer Grand Kawanua International City” .Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengendalian intern piutang usaha pada Developer Grand Kawanua International City. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan pengendalian intern piutang usaha telah berjalan baik, dikarenakan

tidak terdapatnya kesalahan yang signifikan pada pencatatan piutang dan penagihan juga berjalan dengan lancar. Manajemen perusahaan sebaiknya mengurangi penerimaan piutang lewat kasir secara tunai untuk menghindari resiko kehilangan dan pencurian, Sebaiknya perusahaan menggunakan sistem baru yang mengikuti perkembangan zaman.

Keempat, penelitian yang telah dilakukan oleh Dera *et al.* (2016) dengan judul “Analisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Piutang dan Kerugian Piutang Tak Tertagih pada PT Surya Wenang Indah Manado” . Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem pengendalian internal piutang pada PT. Surya Wenang Indah dan mengetahui perlakuan atas kerugian piutang tak tertagih pada perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengendalian internal piutang perusahaan telah efektif, hal ini terlihat dari diterapkannya unsur-unsur pengendalian internal piutang yang layak dan memadai ditunjang dengan kebijakan dan prosedur pemberian kredit yang baik. Perusahaan menggunakan metode penghapusan langsung dalam hal penentuan kerugian piutangnya. Metode penghapusan langsung mencatat piutang yang benar-benar tidak tertagih sebagai kerugian piutang. Manajemen perusahaan sebaiknya menggunakan metode cadangan analisis umur piutang agar lebih efektif dalam menentukan kerugian piutang tak tertagih dimana metode yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda.

Kelima, Wuisan (2013) melakukan riset dengan judul “Analisis Efektifitas Pengendalian Intern Piutang Lease pada PT Finansa Multi Finance Tomohon” Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah pengendalian intern piutangnya sudah berjalan dengan efektif. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa unsur-unsur pengendalian internal berdasarkan kerangka kerja COSO yaitu unsur lingkungan pengendalian kurang efektif karena tidak adanya komite audit yang mengawasi kinerja semua personil. Unsur Penilaian resiko sudah berjalan efektif dengan adanya kelayakan pemberian kredit bagi calon konsumen. Unsur aktivitas pengendalian belum berjalan efektif dimana pemisahan tugas belum dilakukan dengan baik. Unsur Informasi dan komunikasi telah berjalan efektif, baik informasi yang disampaikan oleh manajemen kepada karyawannya maupun

sebaliknya. Pemantauan terhadap piutang tidak berjalan efektif karena tidak adanya komite audit.

Keenam, penelitian Michalski (2012) dengan judul "*Efficiency Of Accounts Receivable Management in Management in Polish Institutions*", Penelitian ini menyajikan konsekuensi yang dapat timbul dari risiko operasional untuk menentukan tingkat piutang usaha. Perubahan tingkat piutang usaha meningkatkan tingkat modal kerja bersih dan mempengaruhi biaya penangguhan dan pengelolaan piutang usaha. Sebagai bahan ilustrasi digunakan data yang dikumpulkan dari laporan keuangan 2009 dan 2010 dari lebih dari 3000 perusahaan Polandia.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Adusei (2017) dengan judul "*Accounts Receivables Management: Insight and Challenges*" . Penelitian bertujuan untuk mempelajari bagaimana Zoomlion Company Limited mengelola piutangnya. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dan satu sampel sarang, hasilnya menunjukkan sistem pengendalian kredit yang efektif oleh perusahaan. Namun, pemantauan yang buruk dan kurangnya tindak lanjut yang efektif merupakan tantangan utama pengelolaan piutang. Penelitian ini merekomendasikan kepatuhan yang lebih ketat terhadap kebijakan kredit dan dengan giat menjalankan strategi pemulihan yang efektif dan menerapkan praktik terbaik pengelolaan piutang secara lebih tepat waktu.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Darko *et al.*, (2016) dengan judul "*Management of Accounts Receivables in Utility Companies: A focus on Electricity Company of Ghana (E.C.G.)*" . Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keefektifan pengelolaan piutang usaha Perusahaan Listrik Ghana. Studi tersebut dianalisis data sekunder dari laporan tahunan perusahaan yang diaudit untuk jangka waktu empat tahun dari 2009 sampai 2013, sistem penagihan perusahaan, laporan operasional dan data primer dari keduanya, kuesioner terstruktur dan tidak terstruktur. Hasilnya menunjukkan bahwa Perusahaan Listrik Ghana memiliki rata-rata penjualan piutang usaha rata-rata 158 hari selama masa studi dan tidak realistisnya pemberian kredit macet sekitar 5%. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tidak begitu efektif dalam pengelolaan

piutang usaha. Oleh karena itu, studi tersebut merekomendasikan bahwa proses bisnis perusahaan harus ditinjau ulang, akun akhir yang memiliki saldo lebih dari 150 hari dinyatakan sebagai piutang tak tertagih dan dikelola secara terpisah dari piutang bersih yang dapat direalisasikan.

Dari penjelasan beberapa *review* hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Gary Hamel (2013)	“Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Terhadap Piutang pada PT Nusantara Surya Sakti”	Metode deskriptif	Pengendalian intern terhadap piutang usaha pada PT Nusantara Surya Sakti Amurang cukup efektif, hal ini terlihat dari diterapkannya unsur-unsur pengendalian intern piutang usaha yang layak dan memadai ditunjang dengan kebijakan dan prosedur pemberian kredit yang baik. Aktivitas pengendalian perlu adanya pemisahan tugas antara bagian pembukuan dan

				bagian penerimaan kas dan fungsi pemeriksaan audit internal harus lebih ditingkatkan.
2.	Nabila Habibie (2013)	“Analisis Pengendalian Intern Piutang Usaha pada PT Adira Finance Cabang Manado “	Metode deskriptif	Pengendalian intern piutang usaha efektif, dimana manajemen perusahaan sudah menerapkan konsep dan prinsip-prinsip pengendalian intern.
3.	Christian Richo Singa dan Victorina Z. Tirayoh (2016)	“Analisis Pengendalian Internal Piutang Usaha pada Developer Grand Kawanua <i>International City</i> ”	Metode deskriptif	Pengendalian intern piutang usaha telah berjalan baik, dikarenakan tidak terdapatnya kesalahan yang signifikan pada pencatatan piutang dan penagihan juga berjalan dengan lancar. Manajemen perusahaan sebaiknya mengurangi

				<p>penerimaan piutang lewat kasir secara tunai untuk menghindari resiko kehilangan dan pencurian, Sebaiknya perusahaan menggunakan sistem baru yang mengikuti perkembangan zaman.</p>
4.	<p>Arya Pratama Dera, Jullie J. Sondakh dan Jessy D.L Warongan (2016)</p>	<p>“Analisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Piutang dan Kerugian Piutang Tak Tertagih pada PT Surya Wenang Indah Manado”</p>	<p>Metode deskriptif</p>	<p>sistem pengendalian intenal piutang perusahaan telah efektif, hal ini terlihat dari diterapkannya unsur-unsur pengendalian internal piutang yang layak dan memadai ditunjang dengan kebijakan dan prosedur pemberian kredit yang baik. Perusahaan menggunakan metode</p>

				<p>penghapusan langsung dalam hal penentuan kerugian piutangnya. Metode penghapusan langsung mencatat piutang yang benar-benar tidak tertagih sebagai kerugian piutang. Manajemen perusahaan sebaiknya menggunakan metode cadangan analisis umur piutang agar lebih efektif dalam menentukan kerugian piutang tak tertagih</p>
5.	<p>Junita Stevani Wuisan (2013)</p>	<p>“Analisis Efektifitas Pengendalian Intern Piutang Lease pada PT Finansa Multi Finance Tomohon”</p>	<p>Metode analisis deskriptif</p>	<p>unsur-unsur pengendalian internal berdasarkan kerangka kerja COSO yaitu unsur lingkungan pengendalian kurang efektif karena tidak adanya komite audit yang mengawasi kinerja</p>

				<p>semua personil. Unsur Penilaian resiko sudah berjalan efektif dengan adanya kelayakan pemberian kredit bagi calon konsumen. Unsur aktivitas pengendalian belum berjalan efektif dimana pemisahan tugas belum dilakukan dengan baik. Unsur Informasi dan komunikasi telah berjalan efektif, baik informasi yang disampaikan oleh manajemen kepada karyawannya maupun sebaliknya. Pemantauan terhadap piutang tidak berjalan efektif karena tidak adanya komite audit.</p>
6.	Grzegorz	<i>"Efficiency Of</i>	Metode	Konsekuensi yang

	Michalski (2012)	<i>Accounts Reveivable Management in Polish Institutions“</i>	penelitian kuantitatif	dapat timbul dari risiko operasional untuk menentukan tingkat piutang usaha. Perubahan tingkat piutang usaha meningkatkan tingkat modal kerja bersih dan mempengaruhi biaya penangguhan dan pengelolaan piutang usaha. Sebagai bahan ilustrasi digunakan data yang dikumpulkan dari laporan keuangan 2009 dan 2010 dari lebih dari 3000 perusahaan Polandia.
7.	Charles Adusei (2017)	<i>“Accounts Receivables Management: Insight and Challenges” .</i>	Metode penelitian kuantitatif	Penelitian ini mempelajari bagaimana Zoomlion Company Limited mengelola piutangnya. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dan satu sampel sarang,

				<p>hasilnya menunjukkan sistem pengendalian kredit yang efektif oleh perusahaan. Namun, pemantauan yang buruk dan kurangnya tindak lanjut yang efektif merupakan tantangan utama pengelolaan piutang. Penelitian ini merekomendasikan kepatuhan yang lebih ketat terhadap kebijakan kredit dan dengan giat menjalankan strategi pemulihan yang efektif dan menerapkan praktik terbaik pengelolaan piutang secara lebih tepat waktu.</p>
8.	Ernest Appiah Darko, Samuel Adarkwah, Francis Donkor and Edmund	<i>“Management of Accounts Receivables in Utility Companies: A</i>	Metode analisis deskriptif	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keefektifan pengelolaan piutang

	Kyei (2016)	<p><i>focus on Electricity Company of Ghana (E.C.G.) “</i></p>	<p>usaha Perusahaan Listrik Ghana. Studi tersebut dianalisis data sekunder dari laporan tahunan perusahaan yang diaudit untuk jangka waktu empat tahun dari 2009 sampai 2013; sistem penagihan perusahaan, laporan operasional dan data primer dari keduanya kuesioner terstruktur dan tidak terstruktur. Hasilnya menunjukkan bahwa Perusahaan Listrik Ghana memiliki rata-rata penjualan piutang usaha rata-rata 158 hari selama masa studi dan tidak realistisnya pemberian kredit macet sekitar 5%. Kesimpulan penelitian</p>
--	-------------	--	---

				<p>menunjukkan bahwa perusahaan tidak begitu efektif dalam pengelolaan piutang usaha. Oleh karena itu, studi tersebut merekomendasikan bahwa proses bisnis perusahaan harus ditinjau ulang, akun akhir yang memiliki saldo lebih dari 150 hari dinyatakan sebagai piutang tak tertagih dan dikelola secara terpisah dari piutang bersih yang dapat direalisasikan.</p>
--	--	--	--	--

Dari tabel di atas, terlihat bahwa peneliti terdahulu lebih banyak menggunakan metode deskriptif sehingga membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang telah dilakukan oleh Habibie (2013) yaitu meneliti pengendalian intern piutang usaha efektif, dimana manajemen perusahaan sudah menerapkan konsep dan prinsip-prinsip pengendalian intern. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif .

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Piutang

Pengertian Piutang

Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta menarik pelanggan baru adalah dengan melakukan penjualan kredit. Penjualan kredit akan menimbulkan piutang. Piutang secara umum merupakan tagihan yang timbul atas penjualan barang atau jasa secara kredit.

Pengertian piutang menurut Harrison Jr (2012:291):

“Piutang (*receivable*) adalah klaim moneter terhadap pihak lainnya. Piutang diperoleh terutama dengan menjual barang dan jasa (piutang usaha) serta dengan meminjamkan uang (wesel tagih)”.

Lain halnya yang dikemukakan oleh Warren *et al* (2013:437),

“Receivable include all maney claims against other entities, including people companies, and other organization “.

Pernyataan tersebut mendefinisikan bahwa piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya.

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

Jadi secara umum piutang timbul akibat adanya penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang juga dapat timbul dengan adanya pemberian pinjaman uang kepada individu, perusahaan atau organisasi atau transaksi-transaksi lainnya yang menciptakan hubungan antara pihak yang memberi pinjaman dengan pihak yang terhutang.

Peranan Piutang

Piutang (*receivables*) merupakan elemen modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja, yaitu:

Kas → Barang → Piutang → Kas

Elemen piutang mempunyai tingkat likuiditas yang tidak selikuid kas, karena untuk menjadikan piutang dalam bentuk uang tunai memerlukan waktu yang tergantung dari syarat kredit yang diberikan oleh perusahaan dan kelancaran pengembaliannya. Oleh karena itu semakin besar elemen piutang semakin besar pula resiko yang timbul. Disamping itu, dana yang tertanam didalamnya semakin besar sehingga kebutuhan dana dalam perputaran modal kerja menjadi besar pula.

Arti Penting Piutang

Pada umumnya perusahaan melakukan penjualan kredit untuk dapat mempertahankan langganan-langganan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik langganan-langganan baru. Dari penjualan kredit akan menimbulkan penagihan atau piutang kepada langganan yang sangat erat hubungannya dengan persyaratan-persyaratan kredit yang diberikan. Tujuan utama memberikan kredit kepada pelanggan adalah meningkatkan volume penjualan. Walaupun, dengan kebijakan kredit ini perusahaan akan terbebani biaya manajemen dan administrasi, biaya penagihan, maupun kemungkinan piutang tersebut tidak tertagih. Dengan demikian, kebijakan memberikan kredit kepada pelanggan merupakan *trade-off* antara manfaat meningkatnya volume penjualan dengan biaya yang menjadi beban adanya kredit tersebut. Karena piutang merupakan salah satu investasi dari aktiva lancar, maka piutang dapat memiliki waktu perputaran yang cepat dari satu tahun sehingga aktiva ini mudah dicairkan menjadi uang kas. Pos piutang dalam neraca biasanya merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar sehingga memerlukan perhatian yang cukup serius agar perkiraan piutang ini dapat dikelola dengan cara yang seefisien mungkin.

Klasifikasi Piutang

Untuk tujuan akuntansi, tagihan atau piutang tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan sesuai dengan jangka waktu yang diperlukan untuk merealisasikannya menjadi kas (jatuh tempo), yaitu :

1. Piutang Lancar

Meliputi tagihan-tagihan yang diharapkan akan diterima pelunasannya dalam tempo jangka waktu satu tahun atau dalam periode siklus kegiatan normal perusahaan.

2. Piutang Jangka Panjang

Meliputi tagihan-tagihan yang jangka waktu pelunasannya lebih dari satu tahun. Di dalam neraca, harus disajikan dalam kelompok aktiva tidak lancar dan biasanya termasuk sebagai aktiva lain-lain.

Sedangkan menurut Wiyono dan Kusuma (2017:232), piutang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Piutang usaha (*Account Receivable*)

Terjadi karena adanya transaksi penjualan secara kredit kepada pihak lain / perusahaan lain. Piutang dagang adalah tagihan kepada pelanggan yang sifatnya terbuka, dalam arti bahwa tagihan ini tidak disertai instrument kredit. Piutang dagang berasal dari penjualan barang dagangan dan jasa secara kredit dalam operasi usaha normal

2. Piutang wesel (*Note Receivable*)

Adalah klaim yang dibuktikan dengan instrument kredit secara formal. Instrumen kredit ini mensyaratkan debitur untuk membayar di masa yang akan datang pada tanggal yang sudah ditentukan setelah tanggal penandatanganan wesel. Piutang wesel merupakan janji tertulis yang dibuat oleh pihak debitor kepada pihak kreditor untuk membayar sejumlah uang yang telah ditentukan di masa yang akan datang Jangka waktu piutang wesel pada umumnya paling sedikit 60 hari .

3. Piutang lain-lain (*Other Receivable*)

Meliputi piutang nonusaha seperti pinjaman kepada pejabat perusahaan, pinjaman kepada karyawan maupun pinjaman kepada pihak lain yang tidak berkaitan dengan usaha . Piutang lain-lain terdiri atas macam-macam tagihan yang tidak termasuk dalam piutang dagang maupun piutang wesel.

Dari pengertian-pengertian yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa piutang dapat diartikan perusahaan memiliki hak penagihan terhadap pihak lain yang menjadi langganannya dan mengharapkan pembayaran dari mereka agar memenuhi kewajiban terhadap perusahaan.

2.2.2 Kebijakan Penjualan Kredit

Pengertian Kebijakan Penjualan Kredit

Dalam banyak perusahaan, terdapat suatu hubungan antara kebijakan kredit dengan jumlah pendapatan yang diterima. Semakin banyak tersedia kredit, semakin banyak pendapatan yang dihasilkan. Biaya tambahan (*marginal cost*) dari kredit dan pengumpulannya harus dibandingkan dengan profit tambahan (*marginal profit*) yang dihasilkan oleh meningkatnya penjualan. Dengan kata lain bahwa semakin tinggi *marginal cost* seharusnya semakin tinggi pula *marginal profit* yang dihasilkan atau kurang lebih sama. Kebijakan penjualan kredit merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah seseorang pelanggan akan diberikan kredit dan jika diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan.

Ada beberapa kebijakan kredit yang dapat ditempuh sebagaimana yang dijelaskan oleh Wiyono dan Kusuma (2017:244-246), yaitu :

1. Periode Kredit

Yaitu jangka waktu antara terjadinya penjualan hingga tanggal jatuh tempo pembayaran. Biasanya, periode kredit tersebut dikaitkan dengan jangka waktu yang diperlukan oleh pelanggan untuk menjual persediaan yang dibeli dari perusahaan. Misalnya, buah-buahan atau makanan tentu

akan lebih pendek periode kredit yang diberikan, dibandingkan dengan barang-barang meubel.

2. Persyaratan Minimum

Yaitu ketentuan tentang kemampuan keuangan pelanggan untuk dapat membeli secara kredit. Persyaratan minimum atau *standard credit* terkait dengan layak atau tidaknya pelanggan mendapatkan kredit. Jika seorang pelanggan tidak memiliki kemampuan memenuhi syarat kredit yang berlaku, yang bersangkutan masih dapat memperoleh kredit dari perusahaan namun dengan syarat lebih ketat. Misalnya, syarat penjualan kredit ditetapkan 30 hari, namun tidak menutup kemungkinan dapat diperpanjang untuk pelanggan yang *qualified*. Kebijakan kredit seperti ini terkait dengan pengukuran kualitas kredit pelanggan yang diukur secara statistic, untuk itu perusahaan harus memiliki database pelanggan yang meliputi : pekerjaan, masa kerja, memiliki rumah sendiri atau sewa, pendapatan jumlah utang saat ini, pengalaman kredit sebelumnya, dan sebagainya. Informasi semacam ini akan menghasilkan *credit scoring*. Contohnya, skor 1 menunjukkan probabilitas penunggakan sangat rendah, skor 2 kemungkinan terjadi penunggakan namun dengan risiko yang masih dapat ditolerir, skor 3 menunjukkan probabilitas penunggakan besar sehingga tidak direkomendasikan untuk diberikan kredit. Metode ini banyak digunakan oleh perusahaan pengelola *credit card*, dan perusahaan yang memiliki jumlah pelanggan besar.

3. Prosedur Penagihan

Yaitu kebijakan terkait kelonggaran yang diberikan perusahaan kepada pelanggan atas piutang yang tidak dapat dibayarkan pada waktunya. Apabila kelonggaran sudah diberikan namun pelanggan masih tetap tidak menyelesaikan kewajibannya, maka lazimnya dibuat surat penagihan. Surat penagihan pembayaran kredit adalah surat yang dibuat dan dikirim oleh kreditor kepada debitor dikarenakan sampai batas waktu yang telah disepakati/ditentukan belum juga membayar/melunasi kewajibannya.

Adapun isi surat penagihan adalah :

- Bukti bahwa pembeli belum melunasi/membayar utangnya
- Hubungkan dengan surat pesanan, pengiriman barang, dan faktur
- Ingatkan bahwa tanggal jatuh tempo sudah lewat
- Jumlah utang yang belum dibayar
- Akhiri surat dengan harapan pembeli segera membayarnya dalam batas waktu tertentu

Jika setelah 2 minggu terhitung dari batas waktu yang telah diberikan debitor belum juga melunasi/membayar utangnya, maka kreditor dapat melayangkan surat penagihan yang kedua. Apabila surat penagihan kedua juga belum mendapat reaksi dari debitor, maka dapat dikirimkan surat penagihan yang ketiga. Jika penagihan ketiga juga belum mendapatkan tanggapan, maka penjual dapat melayangkan surat penagihan keempat disertai dengan ancaman bahwa apabila sampai batas waktu yang sudah ditentukan belum juga dibayar, maka permasalahan ini akan dibawa ke proses hukum.

4. Diskon

Yaitu potongan harga yang diberikan kepada pelanggan untuk mendorong pembayaran agar dapat diselesaikan lebih cepat. Untuk menentukan besarnya diskon tentu perlu dilakukan analisis terhadap perimbangan biaya dan manfaat dari berbagai persyaratan diskon yang ada. Diskon optimal yang dapat dicapai apabila biaya dan manfaatnya dapat saling menutupi (*trade off*).

Apabila kebijakan periode kredit dan diskon disatukan dalam sebuah kebijakan, maka disebut dengan **syarat kredit** (*credit term*). Misalkan kebijakan kredit perusahaan menetapkan periode kredit selama 30 hari, dan memberikan diskon 5% jika pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari, maka syarat kredit tersebut dinyatakan dalam *term* : 5/10, net 30.

Perusahaan-perusahaan juga dapat melonggarkan standar kredit yang diberikan untuk mendorong meningkatnya pendapatan sepanjang profit dari perubahan kebijakan standar kredit tidak melebihi biaya tambahan yang muncul dari adanya tambahan piutang.

Manfaat Penjualan Kredit

Investasi pada piutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Penjualan kredit ini ditempuh dengan harapan agar bisa memperoleh penjualan yang lebih tinggi daripada menjual secara tunai, karena itu perusahaan mengharapkan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Meskipun demikian, ada banyak biaya yang harus ditanggung. Pertama, ada kemungkinan piutang tidak terbayar. Kedua, perusahaan akan memerlukan dana yang lebih besar, dan semua dana mempunyai biaya. Karena itu perusahaan menanggung biaya dana yang lebih besar. Oleh karena itu, tambahan manfaat harus lebih besar dari tambahan pengorbanannya, agar pembentukan piutang tersebut bisa dibenarkan.

Manfaat penjualan kredit, antara lain :

1. Upaya untuk meningkatkan omzet penjualan.
2. Meningkatkan keuntungan.
3. Meningkatkan hubungan dagang antara perusahaan dengan para langganan.
4. Manfaat keuntungan berupa selisih bunga modal pinjaman yang harus dibayarkan kepada bank sebagai sumber dana pembelanjaan piutang.

Biaya Atas Penjualan Kredit

Selain memberikan manfaat, penjualan kredit dapat juga menimbulkan resiko biaya bagi perusahaan , antara lain :

a. Biaya penghapusan piutang

Biaya penghapusan piutang terhadap tidak tertagihnya sejumlah piutang tertentu akan dimasukkan sebagai biaya bad debt atau piutang ragu-ragu

yang nantinya akan diadakan penghapusan piutang. Oleh karena itu, perlu diperhitungkan pada setiap periode.

b. Biaya pengumpulan piutang

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

c. Biaya administrasi

Dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan piutang, misalnya pencatatan para debitur, pengiriman surat penagihan dan lain-lain sebagainya, pasti akan memerlukan biaya. Biaya-biaya yang akan dikeluarkan perusahaan akan dicatat dalam bentuk biaya administrasi.

d. Biaya sumber dana

Dengan adanya piutang maka diperlukan dana baik dari dalam maupun luar perusahaan untuk sumber dana.

Cara Pengumpulan Piutang

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

Menurut Syamsuddin (2011:273), cara pengumpulan piutang yang harus dilakukan oleh perusahaan bilamana langganan atau pembeli belum membayar sampai jangka waktu yang telah ditentukan, adalah :

1) Melalui surat

Apabila waktu pembayaran utang sudah lewat dari jatuh tempo, maka perusahaan dapat mengingatkan langganan tersebut bahwa hutangnya telah jatuh tempo dengan mengirimkan surat. Apabila hutang tersebut

belum juga terbayar, maka dapat dikirimkan surat berikutnya yang lebih mempertegas dengan menggunakan nada yang keras.

2) Melalui telepon

Apabila setelah dikirim surat teguran ternyata hutang juga belum terbayar, maka pihak perusahaan dapat menghubungi langganan secara pribadi dan memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Namun, apabila hasil percakapan tersebut ternyata misalnya : pelanggan mempunyai alasan tertentu yang dapat dipertimbangkan oleh pihak perusahaan, maka pihak perusahaan mungkin bisa memberikan keringanan waktu atau memperpanjang sampai jangka waktu tertentu.

3) Kunjungan personal

Melakukan kunjungan pribadi ke tempat langganan seringkali digunakan karena dianggap efektif dalam usaha-usaha pengumpulan piutang.

4) Tindakan yuridis

Apabila pihak pelanggan tidak bisa membayar hutangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan melalui pengadilan.

Pengendalian Piutang

Dalam pengendalian piutang dibutuhkan suatu usaha untuk mengawasi setiap perkembangan yang terjadi baik dari jumlah atau kuantitasnya, waktu, maupun keadaan debitor. Selain hal tersebut, perusahaan perlu menetapkan kebijakan piutang yang dapat digunakan sebagai pedoman bagi unit kerja yang mengurus masalah piutang perusahaan.

Untuk melaksanakan pengendalian kredit atas dana yang tertanam pada piutang, maka manajer harus memperhatikan beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan oleh manajer perusahaan.

Menurut Syamsuddin (2011:257), syarat kredit yang perlu diperhatikan oleh pihak manajer antara lain :

1. Biaya-biaya administrasi

Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang diterapkan, maka berarti lebih banyak kredit yang diberikan dan tugas-tugas yang tidak dapat dipisahkan dengan adanya penambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin besar. Sebaliknya, apabila standar kredit diperketat, maka jumlah penjualan kredit yang diberikan akan semakin kecil dan tugas-tugas itu pun akan semakin kecil dan tugas-tugas itu pun akan semakin sedikit. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa pelunasan standar kredit yang lebih ketat akan mengurangi biaya-biaya administrasi.

2. Investasi dalam piutang

Penanaman modal dalam piutang mempunyai biaya-biaya tertentu. Semakin besar piutang, semakin besar pula biayanya (*carrying cost*), demikian pula sebaliknya. Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang digunakan, maka rata-rata jumlah piutang akan mengecil. Perubahan rata-rata piutang dikaitkan dengan perubahan standar kredit disebabkan oleh faktor perubahan volume penjualan dan perubahan dalam kebijaksanaan pengumpulan piutang. Perlunakan standar kredit diharapkan untuk meningkatkan volume penjualan sedangkan standar kredit yang diperketat akan menurunkan volume penjualan.

3. Kerugian piutang (*Bad debt expanses*)

Probabilitas resiko kerugian piutang atau *bad debt expanses* akan semakin meningkat dengan perlunakan standar kredit, dan akan menurun bilamana standar kredit di perketat.

4. Volume penjualan

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

Kebijaksanaan Pengumpulan Piutang

Menurut Wiyono dan Kusuma (2017 : 248-250) kebijakan pengumpulan piutang artinya tidak berbeda dengan kebijakan penagihan . Seperti yang disinggung sebelumnya bahwa kebijakan penagihan adalah prosedur yang ditempuh perusahaan untuk menagih piutang usaha, misalnya adanya surat tagihan yang dikirimkan kepada pelanggan yang menunggak. Proses penagihan bisa saja membutuhkan biaya besar serta menyebabkan buruknya kemitraan, akan tetapi memang sebaiknya perusahaan mengambil sikap tegas untuk mencegah penundaan pembayaran serta kerugian yang akan diderita. Perubahan kebijakan pengumpulan piutang merupakan proses terakhir dari kebijakan kredit. Setelah kredit diberikan, maka perusahaan akan menghadapi masalah potensial dalam upaya mengumpulkan piutang, oleh karena itu perusahaan harus menetapkan kebijakan pengumpulan piutang. Dalam hal ini terdapat beberapa cara melakukan monitoring piutang perusahaan antara lain :

- *Average Collection Periode (ACP)*

Adalah jumlah hari piutang tak tertagih adalah cara mengukur waktu yang dibutuhkan perusahaan dalam menerima pembayaran tunai dari suatu penjualan kredit.

- *Aging Schedule*

Adalah merupakan alat untuk melakukan analisa tentang umur piutang dengan cara membuat daftar piutang berdasarkan usia pinjamannya , seperti contoh :

<u>Umur Piutang</u>	<u>Jumlah</u>	<u>Porsi (%)</u>
0 - 30 Hari	60.000.000	50
31 - 60 Hari	30.000.000	25
61 - 90 Hari	20.000.000	17
> 90 Hari	10.000.000	8
Jumlah	120.000.000	100

Berdasarkan peraturan direksi, Standar Operasional Prosedur Penagihan Piutang yang dimiliki oleh PT. Putraduta Buanasentosa Nomor : IA-02-FA-0001.

Standar Operasional Prosedur Penagihan Piutang dilaksanakan untuk :

- a. Menekan/memperkecil saldo piutang usaha untuk meningkatkan arus kas masuk (*cash in flow*) perusahaan.
- b. Mewujudkan pengendalian administrasi dan penatausahaan piutang usaha perusahaan.
- c. Meningkatkan koordinasi antar seluruh unit kerja perusahaan dalam upaya menekan saldo piutang usaha.
- d. Membangun hubungan kerja sama yang erat dengan pelanggan agar tertib dan lancar dalam melaksanakan pelunasan tagihan jasa penyimpanan arsip.

2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi investasi piutang

Piutang sebagai salah satu unsur aktiva lancar dalam neraca memiliki perputaran yang cepat dan kurang dari satu tahun. Oleh karena itu, banyak hal yang dapat memengaruhi besarnya piutang tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang menurut Riyanto (2015: 85-87) dapatlah disebutkan sebagai berikut:

- (1) Volume Penjualan Kredit
Makin besar proporsi kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besarnya jumlah piutang berarti makin besarnya risiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar "*profitability*"-nya.
- (2) Syarat Pembayaran Penjualan Kredit
Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada

pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayarannya yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Makin panjang batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.

(3) Ketentuan tentang Pembatasan Kredit

Dalam penjualan kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond 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. Dengan demikian maka pembatasan kredit di sini bersifat baik kuantitatif maupun kualitatif.

(4) Kebijakan dalam Mengumpulkan Piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif. Perusahaan yang disebutkan terdahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang disebutkan kemudian. Tetapi biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya usaha tambahan tersebut tidak melampaui besarnya tambahan revenue yang diperoleh karena adanya usaha tersebut. Jadi perusahaan tidak akan mengeluarkan uang sebesar Rp. 1.000,00 untuk dapat mengumpulkan piutang sebesar Rp. 500,00.

(5) Kebiasaan Membayar dari Para Langgan

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut.

Perbedaan cara pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut. Apabila perusahaan telah menetapkan syarat pembayaran 2/10/net 30, para pelanggan dihadapkan pada dua alternatif, yaitu apakah mereka akan membayar pada hari ke-10 atau pada hari ke-30 sesudah barang diterima. Alternatif pertama ialah apabila mereka akan membayar pada hari ke-30 yang ini berarti bahwa mereka membelanjai pembeliannya sepenuhnya dengan kredit penjual (kredit leveransir). Alternatif kedua ialah kalau mereka membayar pada hari ke-10 dengan mendapatkan cash discount sebesar 2%. Pada umumnya para pelanggan lebih menyukai pembayaran pada hari ke-10 karena mendapatkan cash discount, dengan meminjam uang dari bank yang pada umumnya dengan tingkat bunga yang lebih rendah daripada bunga kredit leveransir.

Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam “cash discount period” atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar para pelanggan membayar dalam waktu selama “discount period”, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas, yang ini berarti makin kecilnya investasi dalam piutang.

Seperti halnya pada inventory, dalam piutang pun kita mengenal pula pengertian persediaan besi atau persediaan minimal, yaitu yang disebut “persediaan besi debitur” atau “persediaan inti debitur”. Persediaan besi debitur adalah saldo piutang yang secara terus menerus dan selalu tertanam dalam perusahaan sebagai akibat dari adanya jangka waktu kredit yang diberikan kepada para pelanggan atau debitur. Dengan kata lain dapatlah dikatakan persediaan inti debitur adalah jumlah minimal dari dana yang diberikan sebagai kredit penjual untuk mempertahankan credit sales yang normal, dan jumlah ini merupakan “inti permanen” dari kebutuhan yang diinvestasikan dalam piutang.

2.2.4 Administrasi Piutang

Pengendalian terhadap piutang harus diikuti dengan adanya suatu sistem administrasi yang baik. Administrasi piutang umumnya membantu dalam meminimalkan penyelewengan serta mempercepat dan mempermudah pelayanan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan.

Tujuan Administrasi Piutang

Menurut Samsul (2012:350) tujuan dari administrasi piutang adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi untuk penagihan tepat waktu.
2. Meyakinkan jumlah piutang itu memang benar atau terbukti.
3. Untuk mendapatkan dasar di dalam membuat penghapusan piutang.
4. Menentukan likuiditas, untuk mengelompokkan ke aktiva lancar atau aktiva lain-lain.
5. Sebagai kontrol terhadap saldo buku besar piutang.

Cara Administrasi Piutang

Adapun cara administrasi piutang yang umum dikenal menurut Samsul (2012:352), antara lain :

1. File dokumen
2. Kartu piutang
3. Buku piutang

Laporan yang sering dibuat dalam administrasi piutang antara lain :

1. Rekening koran piutang dagang per langganan
Yaitu meliputi rekening koran tiap saldo akhir bulan.
2. Daftar umum piutang
Dibuat tiap akhir bulan atau sewaktu-waktu diperlukan pinjaman.
Dipakai untuk menilai langganan yang menunggak pembayarannya.

3. Daftar piutang yang dihapuskan

Apabila pihak kredit telah menyelesaikan administrasi piutangnya dan tidak terdaftar lagi pada daftar umum piutang.

2.2.5 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan ikhtisar yang menggambarkan keadaan harta, kewajiban dan modal suatu perusahaan pada waktu tertentu serta memberi informasi tentang hasil usaha perusahaan selama periode tertentu (suatu periode akuntansi). Laporan keuangan juga melaporkan prestasi historis dari suatu perusahaan dan memberikan dasar, bersama dengan analisis bisnis dan ekonomi, untuk membuat proyeksi dan peramalan untuk masa depan.

Dalam menganalisa dan menafsirkan suatu laporan keuangan, seorang analis harus mempunyai pengertian yang mendalam mengenai bentuk-bentuk maupun prinsip-prinsip penyajian laporan keuangan serta masalah-masalah yang timbul dalam penyusunan laporan keuangan tersebut. Oleh karena itu, perlu diketahui tentang pengertian dari laporan keuangan.

Dalam pengertian yang sederhana, laporan keuangan adalah : laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Biasanya laporan keuangan dibuat per periode, misalnya tiga bulan, atau enam bulan untuk kepentingan internal perusahaan. Sementara itu, untuk laporan lebih luas dilakukan satu tahun sekali. (Kasmir : 7).

Sedangkan menurut Sitanggang (2012:15), pengertian laporan keuangan merupakan potret dari keputusan-keputusan yang dilakukan oleh manajemen . Secara umum laporan tahunan (*annual report*) terdiri dari 2 (dua) jenis informasi yaitu : pertama, pernyataan dari Presiden Direktur yang menjelaskan hasil operasi perusahaan selama tahun lalu dan membahas perkembangan baru yang akan

mempengaruhi operasi perusahaan dimasa depan; kedua, laporan keuangan perusahaan yang pokok/utama terdiri dari Neraca, Laporan Laba Rugi, Laporan Laba Ditahan dan Laporan Arus Kas.

Analisa laporan keuangan merupakan suatu proses pertimbangan dalam rangka membantu mengevaluasi prosisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan utama untuk menentukan estimasi dan prediksi mengenai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan pada masa yang akan datang tersebut. Analisa laporan keuangan mencakup aplikasi alat dan teknik analisis laporan keuangan dan data keuangan, dalam rangka memperoleh ukuran-ukuran dan hubungan-hubungan yang berarti dan berguna dalam proses pengambilan keputusan.

Analisis laporan keuangan tidaklah berarti mengurangi kebutuhan akan penggunaan pertimbangan-pertimbangan, melainkan memberikan dasar yang layak dan sistematis dalam menggunakan pertimbangan-pertimbangan tersebut. Dua jenis laporan keuangan (utama) yang umumnya dibuat oleh setiap perusahaan adalah neraca dan laporan laba rugi.

2.2.6 Rasio Keuangan

Untuk mengevaluasi kinerja dan kondisi keuangan perusahaan, analisis keuangan dan pemakai laporan keuangan harus melakukan analisis terhadap kesehatan perusahaan. Alat yang sering dipakai adalah rasio atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya.

Rasio menggambarkan suatu hubungan atau perimbangan (*Mathematical Relationship*) antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain dengan menggunakan alat analisa berupa rasio ini, yang dapat menjelaskan atau memberi gambaran kepada penganalisa tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan. Dengan rasio keuangan juga memungkinkan perbandingan jalannya perusahaan dari waktu ke waktu serta mengidentifikasi perkembangannya. Untuk melakukan analisa ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan prestasi suatu periode dengan periode sebelumnya sehingga diketahui adanya kecenderungan selama periode tertentu.

Analisis rasio menurut Sitanggang (2012:21), adalah “Rasio dalam analisis laporan keuangan merupakan suatu angka yang menghubungkan dua unsur/variable yang ada dalam laporan keuangan”.

Secara umum, menurut Sitanggang (2012:22-34), rasio pada umumnya dapat diklasifikasikan menjadi 6 (enam) macam, yaitu :

1. Rasio likuiditas (*liquidity ratio*)
2. Rasio utang (*Debt ratio*)
3. Rasio aktivitas (*Activity ratio*)
4. Rasio kemampuan laba (*Profitability ratio*)
5. Rasio pertumbuhan (*Growth ratio*)
6. Rasio penilaian (*Valuation ratio*)

Adapun rasio keuangan yang berhubungan dengan piutang adalah sebagai berikut :

1. Rasio perputaran piutang (*Receivable turn over – RTO*)

Rasio ini mengukur seberapa sering piutang usaha dikonversi menjadi kas dalam suatu periode. Rasio perputaran piutang adalah besarnya rasio total penjualan kredit terhadap saldo piutang rata-rata selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat perputaran piutangnya maka dikatakan piutang tersebut bersifat liquid. Tinggi rendahnya *receivables turnover* mempunyai efek yang langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang. Makin tinggi turnovernya, berarti makin cepat perputarannya, yang berarti makin pendek waktu terikatnya modal piutang, sehingga dibutuhkan jumlah modal yang lebih kecil yang diinvestasikan dalam piutang.

Menghitung Receivable turn over – RTO

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-rata Piutang}} \dots (1)$$

Dimana, untuk menghitung rata-rata piutang adalah,

$$\text{Rata-rata Piutang} = \frac{\text{Saldo Awal Piutang} + \text{Saldo Akhir Piutang}}{2} \dots (2)$$

2. Umur rata-rata piutang (*Average collection period – ACP*)

Rasio ini berfungsi untuk mengetahui rata-rata hari yang diperlukan untuk mengumpulkan piutang dan mengubahnya menjadi kas. Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran piutang adalah tergantung kepada syarat pembayarannya makin lunak atau makin lama syarat pembayaran berarti makin lama modal terikat pada piutang, hal ini berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu adalah makin rendah. Periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata piutang dapat di hitung dengan membagi tahun dalam hari dengan turn overnya. Hasil yang ditetapkan dari perhitungan ini akan dihubungkan dengan jumlah hari yang ditetapkan sebagai standar kredit Apabila hari rata-rata pengumpulan piutang selalu lebih besar dari pada batas waktu pembayaran yang telah di tetapkan tersebut berarti bahwa cara pengumpulan piutang kurang efisien. Ini berarti beberapa pelanggan kredit melakukan penunggakan atau melanggar standar kredit yang ditetapkan perusahaan.

Menghitung *Average collection Period – ACP*

$$\text{Average Collection Period} = \frac{365}{\text{Receivable Turn Over}} \dots (3)$$

3. Rasio tunggakan

Rasio ini digunakan untuk mengetahui berapa jumlah piutang yang telah jatuh tempo dari sejumlah penjualan kredit yang dilakukan dari piutang yang belum tertagih. Semakin kecil rasio tunggakan maka berarti semakin baik bagi perusahaan dalam mengelola piutangnya. Dan sebaliknya semakin besar rasio tunggakan maka berarti semakin buruk bagi perusahaan dalam mengelola piutangnya.

Menghitung rasio tunggakan :

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{\text{Saldo Piutang Tertunggak Akhir Periode}}{\text{Total Piutang Pada Periode yg Sama}} \times 100\% \dots (4)$$

4. Rasio penagihan

Rasio ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana aktivitas penagihan yang dilakukan atau berapa besar piutang yang tak tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio penagihan maka akan semakin baik bagi perusahaan karena itu berarti semakin besar pengembalian modal perusahaan, dan sebaliknya semakin kecil rasio penagihan maka akan berakibat buruk bagi perusahaan karena semakin kecil piutang perusahaan yang berubah menjadi kas.

Menghitung rasio penagihan :

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{\text{Jumlah Piutang yang Tertagih}}{\text{Total Piutang}} \times 100\% \dots (5)$$

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

