

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Jurnal Pertama dibuat oleh Rahmat Agus Santoso dan Muhammad Nur dari Fakultas Ekonomi Gresik yang berjudul “Pengaruh Perputaran Piutang dan Pengumpulan Piutang Terhadap Likuiditas Perusahaan Pada CV. Bumi Sarana Jaya di Gresik”. Dari Jurnal Logos Vol. 6 No. 1 Juli 2008: hal 37-54 didapati hasil penelitian sebagai berikut: dari uji F yang dilakukan disimpulkan bahwa perputaran piutang dan pengumpulan piutang secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas perusahaan CV. Bumi Sarana Jaya. Jadi hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa perputaran piutang dan pengumpulan piutang secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas terhadap perusahaan terbukti benar.

Besar pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel X (perputaran piutang dan pengumpulan piutang secara bersama terhadap likuiditas perusahaan yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2) = 0,961 artinya bahwa pengaruh dari perputaran piutang dan pengumpulan piutang terhadap likuiditas adalah sebesar 96,10% sedangkan sisanya 3,90% adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel lain.

Jurnal kedua dibuat oleh Sigit Hajar Setyawan dari Universitas Negri Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Laba Perusahaan Consumer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010” dari e-Journal Universitas Negri Yogyakarta Vol. 1 No. 2.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk (1) mengetahui pengaruh perputaran piutang terhadap laba pada perusahaan consumer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010, (2) mengetahui pengaruh perputaran persediaan terhadap laba pada perusahaan consumer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010, (3) mengetahui pengaruh debt to equity ratio (DER)

secara simultan terhadap laba perusahaan consumer yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2008-2010.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan consumer yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2010. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh 23 perusahaan dengan jumlah observasi sebanyak 69 buah. Metode analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) perputaran piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan consumer di BEI periode 2008-2010 pada level of significance kurang dari 5%, (2) perputaran persediaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap laba ($\alpha > 0,05$), (3) debt to equity ratio (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan consumer di BEI pada level of significance kurang dari 5% yaitu sebesar 0,002%.

Jurnal ketiga dibuat oleh Muhammad Yasmani, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman yang berjudul “Analisis Perputaran Piutang Dagang dan Persediaan Barang Dagang Pada CV. Surya Jaya di Samarinda” dari eJurnal Publikasi Ilmiah Universitas Mulawarman Vol. 1 No. 1, 2013.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perputaran piutang dagang dan perputaran persediaan barang dagang pada CV. Surya Jaya untuk tahun 2010 dan 2011. Metode penelitian yang telah dilakukan yaitu dengan cara mengumpulkan informasi data tentang penjualan kredit, neraca, dan laporan laba rugi pada CV. Sinar Jaya. Adapun alat analisis yang digunakan adalah perhitungan perputaran piutang dagang dan perputaran persediaan barang dagang.

Hasil setelah dianalisis ternyata untuk perputaran piutang dagang dan perputaran persediaan barang dagang masih belum efisien. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian dimana perputaran piutang dagang tahun 2010 sebanyak 38 kali dan 2011 sebanyak 28 kali atau bisa dihitung dalam jumlah hari untuk tahun 2010 selama 9 hari sedangkan untuk tahun 2011 selama 13 hari. Sedangkan untuk perputaran persediaan barang dagang tahun 2010 sebanyak 7 kali dan 2011 sebanyak 6 kali atau bila dihitung dalam jumlah hari rata-rata

barang tersimpan di gudang pada tahun 2010 selama 51 hari dan untuk tahun 2011 selama 61 hari.

Jurnal keempat dibuat oleh Tarida Marlin Surya Manurung dan Achmad Fajar Nugraha dosen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan, Bogor. Judul dari penelitian ini adalah "*Analysis Of The Effect On The Account Receivable Turnover Of Company's Liquidity Case Study at PT. GOODYEAR Indonesia Tbk and PT. GAJAH TUNGGAL Tbk*" dari Jurnal Ilmiah Ranggagading Vol. 12 No.1, April 2012: 39-46.

The purpose of this study was determine the effect of turnover on the company's liquidity. Level of liquidity is measured using the current ratio, quick ratio, and cash ratio. Data collection techniques used were secondary data obtained in the corner of the Indonesia Stock Exchange in form of financial statements of companies engaged in the the automotive sector from 2005-2009. The method used is descriptive method that aims to explain in a systematic and accurate way the facts and characteristics of the population or certain things that will be studied. The study uses analysis of turnover (ARTO) and liquidity ratios, while the object of research is PT. Goodyear Indonesia Tbk. and PT. Gajah Tunggol Tbk.

From these results, PT. Goodyear Indonesia Tbk. during 2005 to 2009 always changed the level of turnoer and liquidity level. The highest turnover rate was in 2009 that equals to 12,28 times, while the lowest turnover rate was in 2005 that equals to 7,93 times. The highest level of liquidity was in 2006 of 222,69% while the lowest of liquidity in 2009 amounted to 90,48%.

PT. Gajah Tunggol Tbk. changed every year. Receivables turnover rate was highest in 2009 amounting to 11.33 time while the lowest turnover rate in 2005 was 7,56 times. The highest in 2009 amounting to 11,33 times while the lowest rate in 2005 was 7,56 times. The highest level of liquidity was in 2009 amounting to 253,18% while the lowest level of liquidity in 2008 was 147%.

Jurnal kelima dibuat oleh Roslina, mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman. Judul dari penelitia ini adalah "*Debtors Accounts*

Receivable Turnover Alaysys Group A, B, C, and D company at Pegadaian, Perum in Samarinda” dari eJurnal Publikasi Ilmiah Universitas Mulawarman Vol. 1 No. 1, 2013.

The studies aimed to determine the level of turnover that occurs against Debtor Group A, B, C, and D in 2009, 2010, and 2011. Group A, B, C, D in 2009, 2010, and 2011. This study took the data in the form of financial statements consisting balance sheet and profit and loss from the 2009, 2010, and 2011. The method of this analysis were used in this research is analysis tools turnover (Account Reeceivable Turnover) and the Billing Period (number of Date Sales in Receivable). From result of analysis obtained picture that compay in its not efficient. This can be seen from growth of analysis tools turnover and billing period given that turnover declined during 2009, 2010, and 2011. This is due to the company’s ability to manage and always decrease and increase from year to year. From the result of the above analysis it can be concluded that the company was not able to increase profit optimally from year to year, it shows that companies in managing account receivable and capital owned less efficient.

2.2. Pengertian dan Klasifikasi Piutang

Suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan kegiatan untuk memperoleh laba selalu menghadapi berbagai masalah, salah satu masalah utama yang dihadapi adalah persaingan diantara perusahaan yang sejenis. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan labanya adalah dengan melakukan penjualan kredit. Kebijakan penjualan kredit dalam hal ini menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan usaha dan meningkatkan tingkat penjualan suatu perusahaan.

Dalam dunia usaha, sudah merupakan hal yang umum bagi perusahaan untuk memberikan kelonggaran-kelonggaran bagi pelanggannya pada saat melakukan penjualan barang. Kelonggaran yang diberikan biasanya dalam bentuk memperbolehkan pelanggan membayar kemudian atas penjualan barang ataupun jasa yang dilakukan. Penjualan dengan syarat demikian disebut dengan penjualan barang secara kredit yang kemudian menimbulkan piutang bagi perusahaan yang

memberikannya. Dengan demikian piutang terhadap barang dan jasa yang dijual berarti perusahaan tidak dapat memperoleh uang pada waktu terjadinya transaksi penjualan, sebab uang hasil penjualan baru dapat diterima beberapa waktu kemudian pada saat jatuh tempo.

Masalah umum yang dihadapi perusahaan dalam hal piutang adalah sering terjadi penagihan piutang yang jatuh tempo dan tidak dapat tertagih seluruhnya. Jika keadaan ini berlangsung dalam jangka waktu yang lama maka akan mempengaruhi modal perusahaan yang semakin kecil. Oleh karena itu masalah penagihan piutang ini perlu mendapat perhatian yang serius agar resiko yang akan timbul dapat dihindari sekecil mungkin. Dalam hal ini manajemen perusahaan harus berperan aktif dalam mengelola penagihan piutang, agar piutang yang telah jatuh tempo tidak sampai menghambat operasi atas kegiatan perusahaan. Hal ini menyangkut manajemen piutang terutama masalah pengendalian jumlah piutang, pengendalian pemberian dan pengumpulan piutang serta evaluasi kebijakan kredit yang dijalankan oleh perusahaan.

Pada kondisi persaingan yang semakin ketat, maka akan memaksa perusahaan untuk memberikan kemudahan dalam persyaratan penjualan. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan mengubah syarat pembayaran, semakin longgar persyaratan pembayaran yang diberikan maka akan semakin besar jumlah piutang yang dimiliki, tetapi hal ini akan menimbulkan beban seperti potongan penjualan kredit dan piutang tak tertagih. Perusahaan dapat meningkatkan investasi pada piutang sepanjang tambahan keuntungan yang timbul dengan adanya piutang tersebut masih lebih besar daripada tambahan biaya yang terjadi. Dengan adanya piutang tersebut masih lebih besar daripada tambahan biaya yang terjadi, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Ada beberapa pendapat yang mengemukakan definisi mengenai piutang:

Menurut Soemarso S.R (2008:338) dalam bukunya *Akuntansi Suatu Pengantar* menyatakan bahwa piutang adalah perusahaan memiliki hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain untuk membentuk pembayaran dalam

bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa ia berhutang.

Menurut Warren, Reeve, dan Fess (2008:356) dalam bukunya *Pengantar Akuntansi* menyatakan bahwa istilah piutang (receivable) meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya.

Sedangkan menurut Arief Sugiono (2009:161) dalam bukunya *Akuntansi dan Pelaporan Keuangan* piutang merupakan:

Semua tagihan kepada seseorang ataupun badan usaha atau kepada pihak lainnya dalam satuan mata uang yang timbul sebagai akibat dari penjualan secara kredit. Oleh sebab itu perkiraan piutang sangat penting karena rata-rata perusahaan memiliki perkiraan piutang. Piutang diharapkan akan tertagih dalam kurun waktu kurang dari satu tahun.

Dari ketiga pendapat diatas dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa piutang yang dimiliki perusahaan pada umumnya sebagai akibat dari adanya transaksi-transaksi penjualan atau penyerahan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pelanggannya guna meningkatkan volume penjualan, yang diharapkan dapat berakibat positif terhadap laba yang diperoleh.

Pendapat lain mengenai piutang juga diungkapkan oleh Henry Simamora (2000:228) dalam bukunya *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan* menyatakan bahwa piutang merupakan klaim yang muncul dari penjualan barang penyerahan jasa, pemberian pinjaman dana, atau jenis transaksi lainnya yang membentuk suatu hubungan satu pihak berhutang kepada pihak lainnya.

Definisi lain juga diungkapkan oleh Kieso, Weygandt, dan Warfield (2008:386) dalam bukunya *Akuntansi Keuangan* menyatakan bahwa piutang (receivable) adalah klaim atas uang, barang, atau jasa, kepada pelanggan atau pihak-pihak lainnya.

Dari beberapa pendapat tersebut terlihat bahwa pada dasarnya piutang merupakan suatu hak klaim yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan adanya hak klaim ini perusahaan dapat menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain dari pihak yang berhutang dimana tagihan

tersebut telah ditentukan waktunya atau dalam hal ini piutang tersebut telah jatuh tempo. Oleh karenanya adanya manfaat dalam bentuk diterimanya uang tunai, aktiva lain atau jasa yang diharapkan diperoleh di masa datang, maka piutang disebut sebagai suatu aktiva lancar.

Menurut Bambang Riyanto (2008:20) dalam bukunya *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan* menyatakan bahwa besar kecilnya piutang dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya piutang adalah sebagai berikut:

1. Volume Penjualan
Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan kata lain besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang.
2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit
Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan piutang yang berat pada pembayaran piutang yang lambat.
3. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit
Perusahaan dapat menentukan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para pelanggannya, makin tinggi plafond yang diterapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar dana yang diinvestasikan dalam piutang. Sehingga pembatasan kredit disini bersifat kuantitatif maupun kualitatif.
4. Kebijakan Dalam Pengumpulan Data
Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam mengumpulkan piutang akan mempunyai pengeluaran piutang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif.
5. Kebiasaan Membayar Dari Pelanggan
Ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapat *cash discount*, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut.

Secara garis besar piutang dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu piutang usaha dan piutang dan piutang lain-lain. Ada beberapa pendapat mengenai piutang usaha dan piutang lain-lain yang diungkapkan oleh para pakar. Dalam hal ini peneliti akan membahas mengenai piutang usaha terlebih dahulu kemudian piutang lain-lain.

Piutang dagang atau piutang usaha (*account receivable*) merupakan piutang yang berasal dari penjualan barang dan jasa secara kredit atau mengangsur yang merupakan kegiatan usaha normal. Piutang dicatat dengan mendebit akun piutang dagang (piutang usaha). Piutang dagang semacam ini normalnya diperkirakan akan tertagih selama periode tertentu yang relatif pendek, seperti 30 hari atau 90 hari. Piutang usaha diklasifikasikan di neraca sebagai aset lancar.

Menurut Nafarin (2007:295) dalam bukunya *Penganggaran Perusahaan* menyatakan bahwa piutang usaha (*account receivable*) adalah piutang yang timbul sebagai akibat menjual barang atau jasa secara kredit dari usaha pokok perusahaan.

Dan menurut Earl K. Stice, James D. Stice, K. Fred Skousen (2004:37) dalam bukunya *Akuntansi Intermediate* menyimpulkan bahwa piutang dagang (*trade receivable*) umumnya adalah kategori yang paling signifikan dari piutang, dan merupakan hasil dari aktivitas normal bisnis, yaitu penjualan barang atau jasa secara kredit kepada pelanggan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2011:64) dalam bukunya Standar Akuntansi Keuangan menyatakan bahwa piutang usaha merupakan piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan, piutang yang timbul dari transaksi di luar kegiatan usaha normal perusahaan digolongkan sebagai piutang lain-lain.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa piutang usaha adalah suatu tagihan atau klaim kepada pihak lain yang timbul karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa sebagai bahan dari kegiatan usaha normal perusahaan.

Piutang usaha disebutkan juga piutang dagang, sebab terjadinya akibat perdagangan berupa barang atau jasa secara kredit, piutang ini berhubungan langsung dengan kegiatan perusahaan, khususnya kegiatan penjualan kredit. Terdapatnya jumlah piutang usaha yang besar di dalam perusahaan menunjukkan bahwa penjualan kredit atas barang dan jasa yang telah dilakukan cukup besar. Namun jumlah piutang usaha yang besar belum tentu menjamin bahwa perusahaan akan memperoleh laba yang besar, karena adanya kemungkinan piutang usaha yang jumlahnya besar tersebut tidak seluruhnya dapat tertagih sehingga perusahaan harus menanggung resikonya.

Piutang lain-lain (*other receivable*) merupakan piutang yang timbul dari transaksi diluar kegiatan usaha normal perusahaan.

Menurut Zaki Baridwan (2000:124) dalam bukunya *Intermediate Accounting* piutang bukan dagang adalah piutang yang timbul bukan dari penjualan barang-barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Warren, Reeve, dan Fees (2008:357) dalam bukunya *Pengantar Akuntansi* piutang lain-lain (*other receivable*) meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat atau karyawan perusahaan.

Piutang bukan dagang akan dilaporkan dalam kelompok akan dilaporkan dalam kelompok aset lancar apabila akan dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun atau dalam siklus usaha yang normal. Apabila pelunasannya lebih dari satu taguhun atau melebihi siklus usaha yang normal, maka akan dikelompokkan kedalam aset tidak lancar

Menurut Warren, Reeve, dan Fees (2008:356) dalam bukunya *Pengantar Akuntansi* wesel tagih (*notes receivable*) adalah jumlah yang terutang bagi pelanggan disaat perusahaan telah menerbitkan surat utang formal.

Sepanjang wesel tagih diperkirakan akan tertagih dalam setahun, maka biasanya diklasifikasikan di neraca sebagai aset lancar. Wesel biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari enam puluh hari.

2.2.1. Pengertian Penjualan Kredit

Piutang adalah salah satu modal kerja bagi perusahaan di dalam pengoperasian jalannya kegiatan usaha perusahaan yang terjadi karena adanya penjualan kredit.

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2006:386) dalam bukunya *Akuntansi Keuangan* penjualan kredit merupakan janji lisan dari pembeli untuk membayar barang dan jasa yang dijual, biasanya dapat ditagih 30-60 hari dan merupakan piutang terbuka yang berasal dari perluasan kredit jangka pendek.

Adapun tahapan-tahapan pekerjaan dalam prosedur penjualan secara kredit meliputi:

1. Penerimaan pesanan
Merupakan awal terjadinya penjualan dimula dari penerimaan pesanan oleh bagian penjualan.
2. Pengiriman dan penyerahan barang
Proses kedua adalah pengiriman dan penyerahan barang pesanan yang dilakukan oleh bagian gudang.
3. Pembuatan faktur
Dengan disetujuinya pesana pelanggan, maka dibuatkan faktur penjualan barang oleh bagiab penjualan dikantor pusat atau cabang. Faktur penjualan dicatat dalam buku agenda penjualan barang dengan maksud untuk mengetahui besarnya piutang pada waktu pelunasannya.
4. Penerimaan pembayaran
Untuk tiap nota yang dibayar tunai maupun kredit dibukukan dalam kartu piutang dan dikerjakan dalam buku kas dan nota penjualan barang. Melalui tembusan nota penjualan, langganan akan membayar sebesar jumlah yang tercantum dalam tembusan tersebut pada saat diterima pembayaran melalui kasir, kemudian dilanjutkan ke bagian pembukuan. Penerimaan tersebut oleh bagian pembukuan dicatat pada buku penermaan kas dan buku piutang.

Ada beberapa faktor yang berkaitan dengan kebijakan kredit, seperti yang dikemukakan oleh Agnes Sawir (2005:198) dalam bukunya *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan* yaitu:

1. Standar kredit, yaitu resiko maksimum yang bisa ditolerir dari seorang langganan kredit.
2. Persyaratan kredit, yaitu lamanya kredit yang diizinkan dan prosentase pemberian potongan pada pembayaran yang tepat.
3. Kebijakan penagihan yang dilakukan perusahaan, yaitu sampai sejauh mana tindakan atau kelonggaran yang diberikan perusahaan atas piutang yang tidak dibayar pada waktunya.

Selain itu, perusahaan pada umumnya mengadakan penilaian resiko kredit dengan cara memperhatikan “Konsep 5C” seperti yang diungkapkan oleh Bambang Riyanto (2001:88) dalam bukunya *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* yaitu:

1. *Character*, aspek ini menggambarkan keinginan atau kemauan pembeli untuk memenuhi kewajiban sesuai dengan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh penjual. Pola-pola pembayaran hutang masa lalu dapat dijadikan pedoman oleh penjual. Pola-pola pembayaran hutang masa lalu dapat dijadikan pedoman yang sangat berguna dalam menilai karakter calon langganan.
2. *Capacity*, untuk menggambarkan kemampuan seorang langganan memenuhi kewajiban finansialnya.
3. *Capital*, menunjukkan kepada kekuatan finansial calon langganan terutama dengan melihat jumlah modal sendiri yang dimilikinya. Analisa terhadap neraca perusahaan dengan menggunakan rasio finansial yang tersedia akan dapat memenuhi kebutuhan atas penilaian calon langganan.
4. *Collateral*, menggambarkan jumlah aktiva yang disajikan sebagai barabg jaminan oleh calo langganan.
5. *Condition*, menunjukkan kepada keadaan ekonomi secara umum dan pengaturan atas kemampuan perusahaan calon langganan dalam memenuhi kewajibannya.

Setelah menguraikan berbagai faktor yang harus diperhatikan dalam penilaian resiko kredit, maka selanjutnya perlu bagi perusahaan untuk mengambil langkah-langkah tertentu dalam usaha untuk memperkecil resiko tidak tertagihnya piutang dengan mengadakan penyaringan atau seleksi terhadap para langganan atau debitur.

Ada beberapa langkah yang dapat digunakan perusahaan dalam rangka tindakan pencegahan (*preventive*) untuk memperkecil resiko tertunda atau tidak terkumpulnya piutang seperti yang dikemukakan oleh Bambang Riyanto (2001:78) dalam bukunya *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan* yaitu:

1. Penentuan besarnya resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan.
2. Penyelidikan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya.
3. Mengadakan klasifikasi dari para langganan berdasarkan resiko pembayarannya.
4. Mengadakan seleksi dari para pelanggan

Demikian keempat hal tersebut penting dalam usaha pencegahan terhadap piutang yang mungkin tidak dapat tertagih. Keempat hal itu memerlukan penanganan dan perhatian yang besar dari pihak yang memberikan kredit. Bagaimanapun juga, perusahaan tidak menghendaki adanya resiko yang besar terhadap pemberian kredit tersebut. Sedapat mungkin perusahaan selalu berpatokan pada usaha untuk memperbesar profitabilitasnya, sehingga usaha perusahaan dalam rangka memperluas kegiatan usahanya dapat tercapai.

2.2.2. Pengertian Perputaran Piutang

Piutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan penjualan kredit, karena timbulnya piutang disebabkan oleh penjualan barang-barang secara kredit. Perusahaan yang menggunakan kebijakan penjualan kredit tak lepas dari suatu resiko piutang. Resiko itu adalah tidak dibayarnya kredit yang telah diberikan kepada pelanggan, sehingga perputaran piutang menjadi lambat. Makin tinggi rasio perputaran piutang berarti semakin cepat perputarannya dan semakin pendek terkaitnya modal dalam piutang. Sebaliknya, semakin rendah rasio perputaran piutang maka modal yang ada dalam piutang akan terikat lama.

Dibawah ini akan dikemukakan beberapa pendapat mengenai perputaran piutang usaha yakni sebagai berikut:

Menurut Warren, Reeve, dan Fess (2008:371) dalam bukunya *Pengantar Akuntansi* mengatakan bahwa perputaran piutang usaha (*account receivable*

turnover) mengukur seberapa sering piutang usaha berubah menjadi kas dalam setahun.

Henry Simamora (2000:229) dalam bukunya *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis* mengemukakan bahwa perputaran piutang usaha adalah rasio yang memperlihatkan lamanya waktu dalam satu tahun untuk mengubah piutang dagang menjadi kas dan merupakan rasio aktivitas.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa piutang usaha merupakan elemen modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar. Perputaran piutang dibentuk dari dua faktor utama, yaitu penjualan kredit dan rata-rata piutang. Pada dasarnya tingkat perputaran piutang usaha harus dihitung berdasarkan hasil penjualan kredit. Tetapi, karena dalam laporan keuangan yang dipublikasikan biasanya tidak dinyatakan terpisah antara penjualan tunai dan kreditnya sehingga yang digunakan sebagai penjualan kredit adalah angka total penjualan.

Adapun rumus perputaran piutang usaha adalah sebagai berikut:

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

$$\text{Rata-rata Piutang} = \frac{\text{Piutang Periode Awal} + \text{Piutang Periode Akhir}}{2}$$

Penurunan rasio penjualan kredit dengan rata-rata piutang dapat disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Turunnya penjualan dan naiknya piutang.
2. Turunnya piutang dengan diikuti turunnya penjualan dalam jumlah besar.
3. Naiknya penjualan diikuti oleh naiknya piutang dalam jumlah yang lebih besar.
4. Turunnya penjualan dengan piutang yang tetap.
5. Naiknya piutang sedangkan penjualan tidak berubah.

Dengan menggunakan perputaran piutang usaha dapat pula dihitung rata-rata jangka waktu pengumpulan piutang usaha, yaitu untuk mengukur jangka waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan atau mengkonversikan piutang usaha menjadi kas. Jangka waktu pengumpulan piutang usaha pada umumnya dinyatakan dalam jumlah hari karena syarat pembayaran yang ditetapkan dalam transaksi penjualan kredit juga dinyatakan dalam hari sebagai satuan waktunya, dan dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Hari Rata-rata Pengumpulan Piutang} = \frac{\text{Piutang Rata-rata} \times 360}{\text{Penjualan Kredit Bersih}}$$

Jika hari rata-rata pengumpulan piutang selalu lebih besar daripada batas waktu pembayaran yang telah diterapkan tersebut, berarti bahwa cara perusahaan tersebut dalam pengumpulan piutangnya kurang efisien. Ini menunjukkan bahwa banyak para pelanggan yang tidak memenuhi syarat pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak membuat cadangan terhadap kemungkinan kerugian yang timbul karena tidak tertagihnya piutang, maka akan mempengaruhi timbulnya kerugian yang akan mempengaruhi laba usaha yang diperoleh.

2.2.3. Metode Penghapusan Piutang Tak Tertagih

Terdapat dua metode akuntansi untuk piutang tak tertagih yaitu metode penghapusan langsung dan metode penyisihan.

1. Metode Penghapusan Langsung

Berdasarkan metode penghapusan langsung, beban piutang tak tertagih tidak dicatat sampai piutang pelanggan dianggap benar-benar tidak dapat tertagih. Ayat jurnal untuk menghapus piutang tak tertagih adalah sebagai berikut:

Beban Piutang Tak Tertagih	xxx
Piutang Usaha	xxx

Bila piutang usaha yang telah ternyata dapat ditagih kembali, ayat jurnalnya adalah:

Piutang Usaha	xxx
Beban Piutang Tak Tertagih	xxx

2. Metode Penghapusan dengan Penyisihan

Metode penyisihan atau cadangan dilakukan dengan mencatat beban piutang tak tertagih dengan mengestimasi jumlah piutang tak tertagih pada akhir periode. Berdasarkan estimasi tersebut, beban piutang tak tertagih kemudian dicatat dengan ayat jurnal penyesuaian.

Ayat jurnal penyesuaian untuk piutang tak tertagih adalah sebagai berikut:

Beban Piutang Tak Tertagih	xxx	
Penyisihan Piutang Tak Tertagih		xxx

2.3. Pengertian Laba

Pada dasarnya tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh laba. Dalam menjalankan kegiatan usahanya setiap perusahaan akan menggerakkan seluruh kemampuan yang dimilikinya guna mencapai laba yang maksimal. Karena sebagai salah satu tujuan perusahaan, laba dapat juga digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan.

Laba merupakan bagian dari laporan keuangan yang memiliki arti bagi penggunaannya seperti bagi para investor, manajemen, pemerintah dan masyarakat. Mereka menggunakan laporan keuangan untuk memenuhi beberapa kebutuhan informasi yang berbeda. Ikatan Akuntansi Indonesia memaparkan berbagai pemakai laporan keuangan sebagai berikut:

a. Investor

Penanaman modal beresiko dan penasehat mereka berkepentingan dengan resiko yang melekat serta hasil pengembangan dan investasi yang mereka lakukan. Mereka membutuhkan informasi untuk membantu menentukan apakah harus membeli, menanamkan atau menjual investasi tersebut. Pemegang saham juga tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar deviden.

b. Karyawan

Karyawan dan kelompok-kelompok yang mewakilinya tertarik pada informasi mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan.

Mereka juga tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa, manfaat pensiun, dan kesempatan kerja.

c. Pemberi pinjaman

Pemberi pinjaman tertarik dengan informasi keuangan yang memungkinkan mereka untuk memutuskan apakah pinjaman serta bunganya dapat dibayar pada saat jatuh tempo.

d. Pemasok dan kreditur usaha lainnya

Pemasok dan kreditur usaha lainnya tertarik dengan informasi yang memungkinkan untuk memutuskan apakah jumlah yang terhutang akan dibayar pada saat jatuh tempo. Kreditur usaha berkepentingan pada perusahaan dalam tenggang waktu yang lebih pendek daripada pemberi pinjaman kecuali kalau sebagai pelanggan utama mereka tergantung pada kelangsungan hidup perusahaan.

e. Pelanggan

Para pelanggan berkepentingan dengan informasi mengenai kelangsungan hidup perusahaan, terutama jika mereka terlibat dalam perjanjian jangka panjang dengan atau tergantung pada perusahaan.

f. Pemerintah

Pemerintah dan berbagai lembaga yang berada di bawah kekuasaannya berkepentingan dengan aktivitas perusahaan. Mereka juga membutuhkan informasi untuk mengatur aktivitas perusahaan, menetapkan kebijakan pajak dan sebagai dasar untuk menyusun statistik pendapatan nasional dan lainnya.

g. Masyarakat

Perusahaan mempengaruhi anggota masyarakat dalam berbagai cara. Misalnya, perusahaan dapat memberikan kontribusi berarti pada perekonomian nasional, termasuk jumlah orang yang dipekerjakan dan perlindungan kepada penanam modal domestik.

Menurut Nafarin (2007:788) dalam bukunya *Penganggaran Perusahaan* menyatakan bahwa laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu.

Sofyan Syafri (2006:114) dalam bukunya *Analisis Atas Laporan Keuangan* menyatakan bahwa laba juga dikatakan sebagai kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa laba adalah perhitungan secara periodik atau berkala. Laba adalah selisih pendapatan yang diperoleh melalui penjualan barang atau jasa dengan biaya-biaya yang berhubungan dengan kegiatan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut, sehingga dapat meningkatkan ekuitas pemilik dalam periode akuntansi serta menggambarkan keberhasilan manajemen dalam mengelola suatu perusahaan.

Dalam laporan laba rugi, dapat dikelompokkan dalam beberapa elemen, yaitu:

1. Laba kotor

Selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.

2. Laba usaha

Selisih antara laba kotor dengan total beban usaha.

3. Laba bersih sebelum pajak

Penambahan atau pengurangan laba usaha dengan pendapatan dan beban diluar usaha.

4. Laba bersih setelah pajak

Merupakan angka terakhir dalam laporan laba rugi dan merupakan kenaikan terhadap ekuitas pemilik dari aktivitas pencapaian laba selama periode bersangkutan.

Bentuk dari laporan laba rugi yang biasa digunakan ada dua, yaitu *single step* (tidak terperinci atau tunggal) dan *multiple step* (terperinci atau majemuk).

1. Bentuk *single step* (tidak terperinci atau tunggal) adalah format laporan laba rugi yang menggabungkan semua pendapatan dalam satu kelompok dan semua beban dalam satu kelompok sehingga laba rugi dihitung dengan cara total penghasilan dikurangi total biaya-biaya pada periode tersebut.

2. Bentuk *multiple step* (terperinci atau majemuk) adalah format laporan laba rugi dimana laba rugi dihitung dengan cara terperinci antara penghasilan usaha dengan biaya-biaya usaha, penghasilan di luar usaha dengan biaya-biaya diluar usaha.

2.3.1. Pengertian Laba Bersih

Sofyan Syafri Harahap (2003:113) dalam bukunya *Teori Akuntansi* menyatakan bahwa laba adalah hasil dari penjualan barang atau pemberian jasa yang dibebankan kepada langganan atau mereka yang menerima jasa.

Menurut Soemarso S.R (2008:230) dalam bukunya *Akuntansi Suatu Pengantar* menyatakan definisi laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha.

Sedangkan menurut C. Rollin Niswonger (et.al) (2008) dalam bukunya *Prinsip-prinsip Akuntansi* menyatakan bahwa laba bersih adalah kelebihan pendapatan terhadap beban-beban yang terjadi.

Maka dapat disimpulkan bahwa laba bersih merupakan kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi.

2.4. Pengaruh Perputaran Piutang Usaha Terhadap Laba Bersih

Sesuai dengan kondisi perekonomian Indonesia yang sampai sekarang masih dalam kondisi kurang stabil, salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan menggunakan kebijakan penjualan kredit. Jika perusahaan mengambil kebijakan untuk melakukan penjualan kredit disamping penjualan tunai, maka biasanya perusahaan akan dapat menjual barang lebih banyak. Pada umumnya para pelanggan lebih suka membeli secara kredit atau membayar secara angsuran daripada harus membayar langsung. Oleh sebab itu dalam rangka meningkatkan penjualan, perusahaan menambahkan dananya dalam piutang.

Penjualan secara kredit tidak segera dapat menghasilkan penerimaan tunai atau kas melainkan menimbulkan piutang. Aliran kas masuk baru akan terjadi pada saat jatuh temponya.

Perputaran piutang adalah rasio yang memperlihatkan lama untuk mengubah piutang menjadi kas. Periode perputaran piutang dipengaruhi oleh syarat pembayarannya. Semakin lunak syarat pembayarannya maka makin lama modal tersebut terikat dalam piutang yang berarti tingkat perputarannya semakin rendah. Tingkat perputaran piutang yang tinggi menunjukkan cepatnya piutang dilunasi oleh debitur, hal ini juga menunjukkan semakin cepat piutang menjadi kas. Selain itu semakin cepatnya piutang dilunasi menjadi kas berarti kas akan dapat digunakan kembali serta resiko kerugian piutang dapat diminimalkan dan kas yang diperoleh dapat digunakan kembali untuk kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

Laba bersih adalah angka terakhir dalam laporan laba rugi dan merupakan kenaikan terhadap ekuitas pemilik dari aktivitas pencapaian laba selama periode bersangkutan. Laba bersih dihitung dari selisih antara pendapatan dikurangi biaya-biaya termasuk pajak penghasilan, dimana biaya yang terjadi lebih kecil dari jumlah pendapatan.

Suatu akibat dari penanaman modal pada piutang usaha adalah naiknya penjualan, kenaikan ini diharapkan secara tidak langsung akan menaikkan laba bersih yang diperoleh perusahaan, dan sebaliknya apabila jumlah penanaman modal pada piutang terlalu besar dan banyak yang tidak dapat tertagih akan mendatangkan kerugian bagi perusahaan.

2.5. Hubungan Antar Variabel Penelitian

Variabel pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah variabel bebas (vb) dan variabel terikat (vt). Variabel bebas (vb) dalam penelitian ini adalah perputaran piutang usaha, sedangkan variabel terikat (vt) dalam penelitian ini adalah perubahan laba bersih.

Perputaran piutang adalah rasio yang memperlihatkan lamanya untuk mengubah piutang menjadi kas. Tingkat perputaran piutang yang tinggi menunjukkan cepatnya piutang dilunasi oleh debitur. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang maka semakin cepat pula piutang menjadi kas dan kas bertambah sehingga dapat segera digunakan kembali dalam kegiatan normal perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan mendapatkan keuntungan atau laba.