

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Review Hasil – hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian pertama dilakukan oleh Rachmat 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 didapati hasil penelitian sebagai berikut : dari uji F yang dilakukan disimpulkan bahwa perputaran piutang dan pengumpulan piutang bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas perusahaan CV. Bumi Sarana Jaya. Jadi hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa perputaran dan pengumpulan piutang bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas 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.

Penelitian lain dilakukan oleh Aji Bramasto, mahasiswa Universitas Langlangbuana Bandung tahun 2011 dengan judul “Analisis Aktiva Tetap dan Perputaran Piutang Terhadap Return On Assets di PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung. Dari Jurnal Unikom Vol.9 No. 2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecepatan perputaran aktiva tetap dan piutang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perputaran aktiva tetap dan piutang pada kemampuan untuk menghasilkan

laba PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang kemudian data penelitian ini diolah dan dianalisis untuk ditarik kesimpulannya.

Dari hasil pengujiannya dapat dilihat bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kecepatan perputaran aktiva tetap dan piutang dengan kecepatan menghasilkan laba, yang berarti bahwa variable independen mampu menjelaskan perubahan profitabilitas sebesar 39% dan sisanya 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati. Sementara pengaruh perputaran aktiva tetap hanya 29,9% terhadap profitabilitas dan perputaran piutang hanya berpengaruh 0,1% terhadap profitabilitas.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah aktiva tetap dan piutang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung setiap tahun memiliki kenaikan dan penurunan. Profitabilitas (Return On Asset) pada PT. Pos Indonesia (Persero) cenderung meningkat meskipun memiliki nilai rata-rata yang masih negatife.

Kemudian penelitian lainnya juga dilakukan oleh Rian Muharsyah, Siti Khairani, dan Rini Aprilia tahun 2009 dari STIE Akubank Mulia Dharma Pratama, Palembang yang terdapat dalam Jurnal Sains dan Inovasi IV (1) hal 43-49 yang berjudul "Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Likuiditas Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh tingkat penjualan dan tingkat perputaran piutang terhadap tingkat likuiditas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan desain penelitian asosiatif kausal dengan jumlah sampel 11 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang telah dikumpulkan di analisis dengan metode analisis data yang terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik sebelum melakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan Uji t dan Uji f. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan tingkat pertumbuhan

penjualan dan tingkat perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas perusahaan otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas, sedangkan perputaran piutang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas perusahaan otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Selanjutnya penelitian lain dilakukan oleh Albertus Karjono dari Institut Bisnis Nusantara dalam Jurnal Esensi Volume 15 No.2 Agustus 2012 dengan judul “Hubungan Antara Perputaran Piutang Usaha Dengan Laba Bersih Pada PT. Sari Husada, Tbk.”. Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan data valid dan dapat dipercaya mengenai hubungan perputaran piutang usaha dengan laba bersih pada PT. Sari Husada, Tbk. Strategi yang dilakukan adalah asosiatif dengan pendekatan korelasional dan metode penelitian yang digunakan metode eks post facto dengan pendekatan korelasional. Populasi yang dijadikan objek penelitian adalah laporan laba rugi dan laporan neraca PT. Sari Husada, Tbk. selama sembilan tahun. Sampel penelitian yang diambil adalah data tahunan dari 1995 – 2003.

Berdasarkan hasil analisis pengujian koefisien korelasi yang telah dilakukan pada saat penelitian diperoleh nilai “r” yang dihasilkan adalah 0,6127 yang artinya hubungan perputaran piutang dengan laba bersih adalah kuat dan searah (positif) atau dapat dikatakan apabila ada kenaikan perputaran piutang maka laba bersih juga akan mengalami peningkatan. Berdasarkan pengujian hipotesis bahwa “t hitung” > “t tunai” yaitu  $2,0512 > 1,895$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perputaran piutang dan laba bersih pada PT. Sari Husada, Tbk.

Penelitian juga dilakukan oleh M.S.K. Ifurueze dari International University, Bamenda dengan judul “The Impact of Effective Management of Credit Sales on Profitability and Liquidity of Food and Beverage Industries in

Nigeria”. Yang mana penelitian ini diterbitkan oleh Global Journal of Management And Business Research, Volume 13 Issue 2 Version 1.0 2013 (USA).

*“The study examined the impact of effective management of credit sales on profitability and liquidity of Food and Beverage Industries in Nigeria. The study centered mainly on the effect of each of the individual components of credit sales, profitability, liquidity and activity level of the companies under study which include the credit sales percentage, gross profit margin, net profit margin, return on capital employed, debtors collection period, debtors turnover, acid test ratio and return on current assets. Also the credit policy variables were examined which include credit standards, credit terms and collection policy and procedures. Data were obtained from the Annual reports and Accounts of the selected companies of year (2007-2011). The relevant data were subjected to statistical analysis. Analysis of variance (ANOVA) was used in testing the hypotheses. The study revealed that when credit sales are effectively managed profitability is at a desirable level. Lastly, the finding revealed that when a firm’s debtors turnover is favourable, liquidity is at a desirable level.”*

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Konsep Penjualan Kredit**

#### **2.2.1.1. Pengertian Kredit**

Istilah kredit berasal dari bahasa Yunani “Credere” yang berarti kepercayaan. Selain itu dalam bahasa latin terdapat istilah Crediturn yang berarti kepercayaan akan kebenaran. Di bidang ekonomi, istilah kredit diartikan sebagai kemampuan untuk memperoleh barang atau jasa dengan janji untuk membayar di kemudian hari. Jadi, orang yang memperoleh kredit adalah orang yang memperoleh kepercayaan bahwa ia akan memenuhi janjinya untuk membayar pada waktu yang dijanjikan untuk membayar pada waktu yang dijanjikan untuk barang atau jasa yang diperolehnya.

#### **2.2.1.2. Pengertian Kebijakan Penjualan Kredit**

Bambang Riyanto (2008:86-87) dalam bukunya Dasar – dasar Pembelian Perusahaan menerangkan bahwa perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda, mulai dari kebijakan kredit yang longgar dengan orientasi peningkatan penjualan sampai kebijakan kredit yang ketat dengan orientasi penekanan terhadap piutang tak tertagih. Hal ini juga dipengaruhi dasar pertimbangan dan karakter pimpinan serta permodalan perusahaan yang bersangkutan.

Perusahaan yang basis modalnya kurang kuat dan mempunyai pimpinan yang penuh dengan kehati-hatian cenderung menempuh kebijakan kredit yang ketat dan hati-hati. Bila persyaratan dalam kebijakan terlalu ketat, maka akan mengurangi volume penjualan menurunkan investasi dalam piutang dagang dan memperkecil resiko piutang ragu-ragu, begitu pula sebaliknya.

### 2.2.1.3. Penjualan Kredit

Penjualan menurut Mulyadi (2008:202) merupakan suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli pada kegiatan usaha dalam menyerahkan produk yang berupa barang ataupun jasa. Sedangkan penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan secara non-tunai, dalam hal ini laba yang diharapkan adalah lebih besar daripada penjualan tunai. Cara mengetahui apakah pemberian kredit dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan laba bersih adalah dengan menghitung tingkat perputaran piutang.

Definisi penjualan kredit menurut Kieso (2009 : 386) dalam bukunya “Akuntansi Intermediate Jilid I” adalah janji lisan dari pembeli untuk membayar jasa yang dijual, biasanya dapat ditagih 30-60 hari dan merupakan piutang terbuka yang berasal dari pelunasan utang jangka pendek.

Sedangkan Soemarso (2009:160) dalam bukunya “Siste Akuntansi” menerangkan bahwa penjualan kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan membeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang, kas asset.

Dari definisi yang diberikan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit adalah suatu kegiatan atau transaksi antar perusahaan dengan pembeli yang berupa barang atau jasa secara kredit yang dilaksanakan dengan cara mengirim barang atau jasa yang dipesan oleh pembeli dengan jangka waktu pembayarannya 30 hari atau lebih.

Menurut Weston yang dikutip Lukita Ferdiany (2005:29) menerangkan bahwa besar kecilnya dana yang diinvestasikan ke dalam piutang dipengaruhi dari beberapa faktor antara lain:

#### 1. Standar Kredit

Standar kredit adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan, dengan menurunkan standar kredit dapat menstimulasi permintaan, yang

akhirnya akan mengarah pada penjualan dan laba yang lebih tinggi. Akan tetapi, terdapat biaya untuk membuat piutang tambahan. Seperti juga resiko yang lebih besar untuk adanya kerugian akibat piutang tak tertagih.

## 2. Syarat Pembayaran

Syarat pembayaran kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Bila perusahaan menetapkan syarat penjualan kredit yang ketat berarti perusahaan lebih mengutamakan keamanan kredit dibandingkan misalnya memberikan batas waktu pembayaran yang singkat dan memberikan beban bunga bila pengembaliannya terlambat. Dengan demikian maka investasi perusahaan dalam piutang dagang cenderung lebih kecil. Hal sebaliknya akan terjadi bila syarat penjualan kredit bersifat lunak/longgar. Sebagai contoh, syarat penjualan kredit adalah 2/10; net/30, yang dapat diartikan pembayaran dapat dilakukan dalam jangka waktu 10 hari sesudah waktu penyerahan barang dan mendapatkan potongan tunai sebesar 2 persen dari harga penjualan, dan pembayaran selambat-lambatnya dilakukan dalam kurun waktu 30 hari sesudah waktu penyerahan barang. Bila dalam kurun waktu 30 hari belum dilakukan pembayaran oleh pelanggan berarti makin besar jumlah investasi perusahaan dalam piutang.

## 3. Plafon Kredit

Dalam memberikan kredit kepada pelanggan maupun calon pelanggan, perusahaan akan sebuah batasan kredit yang berbeda-beda terhadap pelanggan satu dengan pelanggan lainnya, hal ini dikarenakan tingkat kemampuan yang berbeda pula. Hal ini adalah salah satu alat kontrol dalam pelaksanaan kebijakan kredit.

## 4. Besarnya Volume Penjualan Kredit

Dalam melakukan penjualan secara kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal kredit yang akan diberikan kepada pelanggannya. Makin tinggi batas yang ditetapkan untuk masing-masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang dan sebaliknya. Makin selektif dalam menentukan langganan yang diberi kredit, maka

akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang dan sebaliknya.

#### 5. Kebiasaan Pembayaran Pelanggan

Ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada sebagian lagi tidak menggunakan kesempatan tersebut. Kebiasaan para langganan membayar dalam periode *cash discount* atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Bila sebagian besar para langganan membayar selama *discount period*, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat cair dan akan memperkecil investasi dalam piutang.

#### 6. Kebijakan Pengumpulan piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang dalam dua cara yaitu secara aktif maupun pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan pengumpulan piutang secara aktif mengeluarkan uang yang lebih besar dalam membiayai aktivitas pengumpulan piutangnya dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaan piutang secara pasif. Perusahaan yang melakukan pengumpulan piutangnya secara aktif juga mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang melakukan pengumpulan piutangnya secara pasif.

### **2.2.1.4. Prosedur Penjualan Kredit**

Prosedur penjualan kredit secara umum pada dasarnya sama, hanya yang membedakan adalah kebijakan manajemen bagaimana mengambil keputusan. Keputusan yang diambil harus tepat agar dapat mengantisipasi perkembangan usaha perusahaan agar perusahaan tidak mendapat kerugian dan konsumen tidak dirugikan.

Prosedur menurut Mulyadi (2008:5) dalam bukunya Sistem Akuntansi

adalah suatu kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu department atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang – ulang.

Sedangkan menurut Zaki Baridwan (2009:30) dalam bukunya *Intermediate Accounting* prosedur merupakan suatu urutan – urutan pekerjaan kerani (*Clerical*), biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi – transaksi perusahaan yang sedang terjadi.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa prosedur merupakan suatu urutan yang tersusun yang biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian departemen atau lebih, serta disusun untuk menjamin penanganan secara seragam terhadap transaksi – transaksi perusahaan yang terjadi berulang – ulang.

Dengan adanya prosedur penjualan diharapkan terjadi peningkatan efisiensi kerja. Efisiensi pada perusahaan tercapai bila biaya produksi untuk menghasilkan output dalam suatu perusahaan haruslah seminimal mungkin. Suatu perusahaan tidak akan memperoleh laba maksimal bila menghasilkan output dengan biaya yang lebih besar dari yang seharusnya.

## **2.2.2. Konsep Piutang dan Perputaran Piutang**

### **2.2.2.1. Pengertian Piutang**

Pada umumnya, perusahaan-perusahaan lebih menyukai penjualan secara tunai, karena dengan demikian perusahaan akan dapat menghemat sejumlah biaya dan dapat menghindarkan diri dari sejumlah risiko yang sangat mungkin timbul jika penjualan dilakukan secara kredit. Namun, untuk meningkatkan penjualan, di samping melakukan penjualan tunai, perusahaan juga melayani pembelian

secara kredit kepada pelanggan. Penjualan secara kredit ini kemudian akan menimbulkan piutang dagang yang muncul sebagai salah satu akun dalam neraca perusahaan, khususnya dalam kelompok aktiva lancar karena normalnya piutang dagang berjangka waktu pendek.

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan, memperbesar jumlah investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besar jumlah piutang berartimakin besar pula resiko yang timbul, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar kemampuan menghasilkan laba. Ada beberapa pendapat yang mengemukakan definisi mengenai piutang. Piutang menurut Warren et al. dalam bukunya Pengantar Akuntansi Edisi 21 (2008:404) menyatakan piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya. Ini berarti perusahaan mempunyai hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain.

S. Munawir dalam bukunya Analisa Laporan Keuangan (2007:15) berpendapat bahwa "piutang dagang adalah tagihan kepada pihak lain (kepada kreditor atau langganan) sebagai akibat adanya penjualan barang dagangan secara kredit". Sedangkan menurut Al Haryono Jusup dalam bukunya Dasar-Dasar Akuntansi Jilid 2 (2005:52), "piutang merupakan hak untuk menagih sejumlah uang dari si penjual pada si pembeli yang timbul karena adanya suatu transaksi".

Dari ketiga definiasi yang telah diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa piutang adalah semua tuntutan atau tagihan kepada pihak lain dalam bentuk uang atau barang yang timbul dari adanya penjualan kredit.

Menurut Hery Harjono Mulyo (2008:195) dalam bukunya Pengantar Akuntansi 1 istilah piutang mengacu pada sejumlah tagihan yang akan diterima oleh perusahaan umumnya dalam bentuk kas dari pihak lain, baik sebagai akibat penyerahan barang dan jasa secara

kredit untuk piutang yang terdiri atas piutang usaha dan memungkinkan piutang wesel memberikan pinjaman untuk piutang karyawan, piutang debitor yang biasanya langsung dalam bentuk wesel dan piutang bunga maupun sebagai akibat kelebihan pembayaran kas kepada pihak lain untuk piutang pajak.

Sebagian besar piutang timbul dari penyerahan barang dan jasa secara kredit kepada pelanggan, tidak dapat dipungkiri bahwa pada umumnya pelanggan akan menjadi lebih tertarik untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan secara kredit oleh perusahaan, dan hal ini rupanya juga menjadi salah satu trik bagi perusahaan untuk meningkatkan besarnya omset penjualan yang akan tampak dalam laporan laba ruginya.

Menurut Baridwan (2010:124) dalam bukunya "Intermediate Accounting" menyatakan piutang dagang (piutang usaha) menunjukkan piutang yang timbul dari penjualan barang – barang atau jasa – jasa yang dihasilkan perusahaan. Dalam kegiatan perusahaan yang normal, biasanya piutang dagang akan dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, sehingga dikelompokkan dalam aktiva lancar.

Menurut Bambang Riyanto dalam bukunya Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan Edisi Keempat (2008:85-87), ada beberapa faktor yang mempengaruhi besar kecilnya piutang, yaitu :

1. Volume transaksi kredit

Makin besa proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang.

2. Syarat pembayaran

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 prifitabilitas. Syarat yang ketat misalnya

dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat.

3. Ketentuan tentang pembatasan kredit

Dalam penjualan kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan pada para pelanggannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing – masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Begitu pula sebaliknya.

4. Kebijakan dalam pemberian piutang

Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif, maka perusahaan harus mengeluarkan uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang. Dengan menggunakan cara ini piutang yang ada akan lebih cepat tertagih, sehingga lebih memperkecil jumlah piutang perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan menggunakan kebijakan secara pasif, maka pengumpulan piutang akan lebih lama, sehingga jumlah piutang perusahaan akan lebih besar.

5. Kebijakan membayar dari debitur

Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam periode Cash Discount akan mengakibatkan jumlah piutang yang lebih kecil. Sedangkan pelanggan yang membayar setelah periode Cash Discount akan mengakibatkan jumlah piutang lebih besar karena jumlah dana yang tertanam dalam piutang lebih lama untuk menjadi kas.

### 2.2.2.2. Pengakuan dan Pencatatan

Pengakuan pendapatan dari penjualan kredit berdasarkan kriteria pengakuan pendapatan. Yakni pendapatan diakui ketika terjadi realisasi yaitu sumber daya bukan kas ditukar dengan kas atau hak atas kas dan pendapatan diperoleh ketika proses perolehan sudah selesai.

Menurut Mulyadi (2008:261) dalam bukunya Sistem Akuntansi pencatatan piutang dapat dilakukan dengan salah satu dari 4 metode berikut ini ;

#### 1. Metode Konvensional

Dalam metode ini posting ke dalam kartu piutang dilakukan atas dasar data yang dicatat dalam jurnal. Berbagai transaksi yang mempengaruhi piutang adalah :

- a. Transaksi Penjualan Kredit , transaksi diposting dalam kartu piutang atas dasar data yang telah dicatat dalam jurnal penjualan kredit.
- b. Transaksi Retur Penjualan, posting transaksi berkurangnya piutang dari transaksi retur penjualan di posting ke dalam kartu piutang atas dasar data yang telah dicatat dalam jurnal retur penjualan.
- c. Transaksi Penerimaan Kas dari piutang, transaksi berkurangnya piutang dari pelunasan piutang oleh debitur di posting ke dalam kartu piutang atas dasar data yang telah dicatat dalam jurnal umum.
- d. Transaksi Penghapusan Piutang, transaksi berkurangnya piutang dari transaksi penghapusan piutang di posting ke dalam kartu piutang atas dasar data yang di catat dalam jurnal umum.

#### 2. Metode Posting Langsung, metode ini dibagi menjadi 2 (Dua) golongan berikut ini :

##### a. Metode Posting Harian

Posting langsung ke dalam kartu piutang dengan tulisan tangan:

jurnal hanya menunjukkan jumlah total harian saja (tidak rinci). Dalam metode ini, faktur penjualan yang merupakan dasar untuk pencatatan timbulnya piutang di posting langsung setiap hari secara rinci ke dalam kartu piutang. Jurnal penjualan diisi dengan jumlah total penjualan harian yang merupakan jumlah faktur penjualan selama sehari. Faktur yang diterima dari bagian penagihan diterima oleh bagian piutang dalam batch disertai dengan pita daftar total (*pre-list tape*). Jumlah faktur penjualan yang tercantum dalam pita daftar total tersebut dicatat dalam jurnal penjualan. Selanjutnya, setiap bulan jurnal penjualan tersebut di posting ke rekening kontrol piutang dalam buku besar. Setiap bulan pula, diadakan rekonsiliasi antara rekening kontrol piutang dengan daftar saldo (*trial balance*) yang disusun dari kartu piutang. Ada dua cara menangani media yang akan diposting ke dalam kartu piutang :

- 1) Media disortasi menurut abjad sebelum diposting, di posting satu per satu ke dalam kartu piutang, dan kemudian dibuat pita pembuktian ketelitian posting dari kartu piutang kemudian dicocokkan dengan pita daftar total yang menyertai media pada saat diterima dari bagian penagihan. Pencocokan ini dimaksudkan untuk membuktikan ketelitian posting yang telah dilakukan.
- 2) Media di posting ke dalam kartu piutang sesuai dengan urutan pada waktu diterima dari bagian penagihan.

b. Metode Posting Periodik

1) Posting Ditunda.

Pada metode ini faktur penjualan yang diterima dari bagian penagihan, oleh bagian piutang disimpan sementara menunggu beberapa hari, untuk nantinya secara sekaligus di posting ke

dalam kartu piutang bersama – sama dalam sekali periode posting dengan menggunakan mesin pembukuan.

## 2) Penagihan Bersiklus

Dalam metode ini pada akhir bulan, dilakukan kegiatan posting yang meliputi ;

- Posting media yang dikumpulkan selama sebulan tersebut ke dalam pernyataan piutang dan kartu piutang.
- Mencatat dan menghitung saldo kartu piutang , metode ini membagi pekerjaan posting kedalam kartu piutang dan pernyataan piutang tersebut tersebar merata ke dalam hari kerja selama sebulan. Setiap pelanggan akan menerima pernyataan piutang pada tanggal hari kerja yang sama setiap bulan.

## 3. Metode Pencatatan Tanpa Buku Pembantu (*ledgerless bookeping*).

Dalam metode ini faktur penjualan beserta dokumen pendukungnya yang diterima dari bagian penagihan, oleh bagian piutang diarsipkan menurut nama pelanggan dalam arsip faktur yang belum bayar (*unpaid invoice file*). Pada saat diterima pembayarannya ada dua cara yang ditempuh sebagai berikut :

- a. Jika pelanggan – pelanggan membayar penuh jumlah yang tercantum dalam faktur penjualan, faktur yang bersangkutan di ambil dari arsip faktur yang belum di bayar dan di cap “lunas” kemudian dipindahkan ke dalam arsip faktur yang telah dibayar.
- b. Jika pelanggan hanya membayar sebagian jumlah dalam faktur, jumlah kas yang diterima dan sisa yang belum di bayar oleh pelanggan di catat pada faktur tersebut. Kemudian dibuat faktur tiruan yang berisi informasi yang sama dengan faktur aslinya, dan faktur tiruan tersebut kemudian disimpan dalam arsip faktur yang telah dibayar dan faktur asli disimpan kembali ke dalam arsip faktur yang belum dibayar.

#### 4. Metode Pencatatan Piutang Dengan Komputer.

Metode pencatatan ini menggunakan batch sistem. Dalam sistem ini dokumen sumber yang mengubah piutang dikumpulkan dan sekaligus di posting setiap hari untuk memutakhirkan catatan piutang. Dalam sistem ini dibentuk dua macam arsip : arsip transaksi (*transaction file*) dan arsip induk (*master file*) dan pencatatan piutangnya dilakukan secara hari ini dan setiap hari pula, arsip transaksi digunakan untuk memutakhirkan arsip induk piutang.

#### 2.2.2.3. Jenis Piutang

Piutang yang timbul dari penjualan atau penyerahan barang dan jasa secara kredit ini diklasifikasikan sebagai piutang usaha, yang kemudian tidak tertutup kemungkinan akan berganti menjadi piutang wesel. Dalam praktiknya menurut Hery Harjono Mulyo (2008:195-196) dalam bukunya "Pengantar Akuntansi I" piutang diklasifikasikan menjadi :

1. Piutang Usaha (*account receivable*) adalah suatu jumlah pembelian 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 perusahaan.
2. Wesel Tagih (*notes receivable*) adalah surat formal yang diterbitkan sebagai bentuk pengukuran utang. Wesel tagih biasanya memiliki waktu tagih antara 60 – 90 hari atau lebih lama serta mewajibkan pihak yang berhutang untuk membayar bunga. Wesel tagih dan piutang usaha yang disebabkan karena transaksi penjualan biasa disebut dengan piutang dagang (*trade account*).
3. Piutang lain-lain (*other receivable*) adalah mencakup selain piutang dagang. Contoh: piutang bunga, piutang gaji, uang muka karyawan, dan restitusi pajak. Secara umum bukan berasal dari kegiatan operasional

perusahaan. Jika piutang dapat ditagih dalam jangka waktu satu tahun atau sepanjang siklus normal operasional perusahaan maka piutang lain – lain akan diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Diluar itu, tagihan akan dilaporkan dalam neraca sebagai aktiva tidak lancar.

Sedangkan pengklasifikasian piutang dilakukan untuk memudahkan pencatatan transaksi yang mempengaruhinya. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2007:451) mengemukakan bahwa menurut sumber terjadinya, piutang digolongkan 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 dari luar kegiatan usaha digolongkan sebagai piutang lain – lain.

#### **2.2.2.4. Pengelolaan Piutang**

Piutang merupakan asset yang cukup material. Oleh karena itu diperlukan manajemen piutang yang efektif dan efisien agar jumlah dana yang diinvestasikan dalam piutang sesuai dengan tingkat kemampuan perusahaan sehingga tidak mengganggu aliran kas.

Menurut Mulyadi (2008:211) dalam bukunya "Sistem Akuntansi" menerangkan bahwa pemisahan fungsi-fungsi piutang pun perlu dilakukan yang antara lain adalah :

##### **a. Fungsi penjualan**

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menerima surat order dari pembeli, mengedit order dari pelanggan untuk menambahkan informasi yang belum ada pada surat order tersebut, meminta otorisasi kredit tersebut, menentukan tanggal pengiriman dan dari gudang mana akan dikirim, dan mengisi surat order pengiriman.

b. Fungsi Kredit

Fungsi ini bertanggung jawab untuk meneliti status kredit pelanggan dan memberikan otorisasi kredit kepada pelanggan.

c. Fungsi Gudang

Fungsi gudang bertanggung jawab untuk menyimpan barang yang dipesan oleh pelanggan, serta menyerahkan barang ke fungsi pengiriman.

d. Fungsi Pengiriman

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyerahkan barang atas dasar surat order pengiriman yang diterimanya dari fungsi penjualan.

e. Fungsi Penagihan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan, serta menyediakan copy faktur bagi kepentingan pencatatan transaksi penjualan oleh fungsi akuntansi.

f. Fungsi Akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat piutang yang timbul dari penjualan kredit dan membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur serta membuat laporan penjualan.

Kebijakan pengelolaan piutang menurut Mulyadi (2008:219) meliputi pengambilan keputusan-keputusan sebagai berikut :

a. Standar kredit

Jika suatu perusahaan memberikan kredit hanya kepada para pelanggan yang kuat keuangannya, maka penjualan akan relatif rendah dan kerugian yang timbul akibat piutang tak tertagih biasanya akan relatif kecil. Namun jika perusahaan menerapkan hal yang demikian akan menghilangkan kesempatan untuk mendapatkan laba yang lebih besar, karena peluang itu dibatasi akan kekhawatiran perusahaan terhadap pelanggan yang menunggak tagihannya. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan standar kredit yang tepat, yang lebih besar manfaat yang akan diperoleh bagi perusahaan daripada biaya akan dikeluarkan perusahaan dengan adanya standar tersebut.

Standar kredit yang dimaksud yaitu kualitas minimal kelayakan kredit seorang pemohon kredit yang dapat diterima oleh perusahaan. Dengan adanya standar tersebut, perusahaan dapat meningkatkan penjualannya melalui penjualan secara kredit namun tidak menimbulkan resiko piutang tak tertagih yang berlebihan.

b. Syarat kredit

Suatu syarat kredit menetapkan adanya periode di mana kredit diberikan dan potongan tunai (bila ada) untuk pembayaran yang lebih awal.

Faktor yang mempengaruhi syarat kredit adalah :

- 1) Sifat ekonomik produk
- 2) Kondisi penjual
- 3) Kondisi pembeli
- 4) Periode kredit
- 5) Potongan tunai
- 6) Tingkat bunga bebas risiko (tingkat bunga bank)
- 7) Kebijakan kredit dan pengumpulan piutang

Banyaknya piutang yang tak tertagih akan membuat biaya penagihan meningkat. Akan tetapi, usaha pengumpulan piutang juga tidak dianjurkan terlalu agresif, karena dapat mengurangi penjualan dan keuntungan perusahaan di masa mendatang karena pelanggan akan beralih ke perusahaan lain, dalam hal ini pesaing. Dalam melakukan penjualan kredit perusahaan juga harus memperhatikan resiko – resiko kredit. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menilai risiko kredit dikenal dengan sebutan **5 C** yakni :

- 1) Kepribadian (*character*) : digunakan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa pelanggan mau memenuhi kewajibannya.
- 2) Kemampuan (*capacity*) : merupakan penilaian subjektif atas kemampuan pelanggan untuk membayar.
- 3) Modal (*capital*) : diukur dengan posisi keuangan perusahaan secara umum yang disimpulkan dari analisis rasio keuangan.

- 4) Kolateral (*collateral*) : diberikan oleh pelanggan dalam bentuk aktiva sebagai jaminan keamanan atas kredit yang diberikan.
- 5) Kondisi (*conditions*) : berhubungan dengan dampak kecenderungan ekonomi secara umum terhadap perubahan atau perkembangan khusus di sektor ekonomi tertentu yang mungkin berpengaruh terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

Pengakuan piutang berhubungan dengan pengakuan pendapatan. Karena pada umumnya dicatat ketika proses menghasilkan laba telah selesai dan kas dapat direalisasi, maka piutang yang berasal dari penjualan barang umumnya diakui pada waktu hak milik atas barang beralih ke pembeli. Lazimnya piutang diakui pada saat barang dikirimkan kepada pelanggan. Piutang tersebut tidak boleh diakui untuk barang yang telah dikirimkan apabila ada perjanjian bahwa pihak pengirim tetap memegang hak atas barang itu sampai ada tanda terima resmi, atau untuk barang yang dikirimkan atas dasar konsinyasi dimana pengiriman barang tetap memegang hak atas barang itu sampai barangnya terjual oleh konsinye (*consignee*). Piutang usaha yang timbul dari transaksi penyerahan jasa kepada pelanggan harus diakui pada saat seluruh kegiatan pengadaan jasa diselesaikan.

Piutang didukung oleh faktur penjualan atau dokumen lainnya selain jaminan tertulis formal, dan didalamnya dimuat jumlah yang diharapkan dapat ditagih pada tahun setelah tanggal neraca atau dalam siklus operasi perusahaan.

Piutang hanya diakui ketika kriteria atas pengakuan telah dipenuhi. Piutang dinilai pada harga pertukaran awal antara perusahaan dengan pihak ketiga, dikurangi penyesuaian untuk diskon tunai, retur penjualan serta penyisihan dan piutang tak tertagih yang menghasilkan nilai realisasi bersih, yaitu jumlah kas yang diharapkan akan tertagih.

Ayat jurnal untuk mengakui piutang dari penjualan barang atau jasa adalah :

Tgl	Keterangan	Debet	Kredit
15 Des	Piutang	1000	
	Penjualan		1000

Prosedur pencatatan piutang bertujuan untuk mencatat mutasi piutang perusahaan kepada setiap debitur. Mutasi piutang disebabkan oleh transaksi penjualan kredit, penerimaan kas dari debitur, retur penjualan dan penghapusan piutang. Dalam akuntansi piutang, secara periodik dihasilkan pernyataan piutang yang dikirimkan kepada setiap debitur. Pernyataan piutang ini merupakan unsur pengendalian intern dalam pencatatan piutang, dengan mengirimkan secara periodik pernyataan piutang kepada setiap debitur, catatan piutang diuji ketelitiannya dengan menggunakan tanggapan yang diterima dari debitur dari pengiriman pernyataan tersebut dan dapat menimbulkan citra yang baik dimata para debitur mengenai keandalan pertanggungjawaban keuangan perusahaan untuk mengetahui status piutang yang kemungkinan tertagih dan tidaknya piutang, secara periodik fungsi pencatatan piutang menyajikan informasi umur piutang setiap debitur kepada manajer keuangan. Daftar umur piutang ini merupakan laporan yang dihasilkan dari kartu piutang.

### **2.2.3. Pengertian Perputaran Piutang**

Piutang usaha adalah hasil dari transaksi non-tunai, yakni penjualan kredit. Siklus di mana piutang usaha menjadi kas dinamakan perputaran piutang. Mengenai perputaran piutang Bambang Riyanto menerangkan dalam bukunya Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan Edisi Keempat (2008:90)

menjelaskan bahwa "Piutang sebagai elemen dari modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang adalah tergantung pada syarat pembayarannya. Makin lama atau makin syarat pembayarannya, berarti makin lama modal modal terikat pada piutang, yang ini berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu adalah semakin rendah. Agus Sartono (2010:119) dalam bukunya Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi menyatakan bahwa semakin cepat periode berputarnya piutang menunjukkan semakin cepat penjualan kredit dapat kembali menjadi kas. Tingkat perputaran piutang (Receivable Turnover) dapat diketahui dengan membagi jumlah penjualan kredit (Credit Sales) selama periode tertentu dengan jumlah rata – rata piutang (Average Receivable)."

$$\text{Rumusnya :} \quad \text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit Bersih}}{\text{Rata – rata Piutang}}$$

Periode terikatnya modal dalam piutang atau rata – rata pengumpulan piutang (Average Collection Periode) dapat dihitung dengan membagi tahun dalam hari dengan turnover. Dengan menganalisa rata – rata waktu pencairan piutang usaha harus membandingkan dengan jangka waktu kredit yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Jika ternyata rata – rata waktu pencairan piutang usaha adalah lebih lama dari jangka waktu kredit yang diberikan, maka hal tersebut berarti terdapat banyak pelanggan yang terlambat membayar hutangnya.

$$\text{Rumusnya :} \quad \frac{\text{Periode Rata – rata}}{\text{Pengumpulan Piutang}} = \frac{360}{\text{Perputaran Piutang}}$$

### 2.2.3.1. Metode Penghapusan Piutang Tak Tertagih

Metode penghapusan piutang tak tertagih ada dua cara yaitu :

a) Metode penghapusan langsung

Metode penghapusan langsung dilakukan dengan cara mengorganisir kerugian aktual dari akun yang tidak bisa ditarik sebagai biaya selama periode dimana piutang menjadi dapat ditarik

Tgl	Keterangan	Debet	Kredit
12Des	Beban piutang tak tertagih	2000	
	Piutang usaha- M.E. DORAN		2000

Kelebihan metode ini adalah :

- Relatif lebih mudah untuk diterapkan.
- Sederhana dalam prakteknya karena pencatatan dilakukan sekaligus.

Kelemahan metode ini adalah :

- Tidak representatif terhadap jumlah piutang yang sesungguhnya (yang seharusnya dihapuskan sesuai analisis umur piutang).
- Tidak adanya kesesuaian antara pembebanan beban piutang tak tertagih dengan pengakuan pendapatan di laporan laba-rugi karena pencatatan sering kali dicatat pada periode yang berbeda dengan pendapatan.

b) Metode penghapusan dengan penyisihan

Metode penyisihan atau cadangan dilakukan dengan memperkirakan dari akun yang tidak dapat ditarik sebagai biaya selama periode dimana penjualan terjadi.

Kelebihan metode penyisihan adalah :

- Metode ini lebih dapat menjelaskan tentang keadaan piutang tak tertagih yang sebenarnya secara representatif.
- Terdapat kesesuaian pencatatan pembebanan sehingga pendapatan yang dilaporkan bukan hanya “angka-angka” semata.

Kelemahan metode ini adalah :

- Metode ini lebih rumit untuk diterapkan karena akan selalu terjadi penyesuaian terhadap pembebanan piutang maupun pendapatan setiap adanya perubahan terhadap piutang.

Diperlukan bagian pencatatan yang memahami piutang secara mendalam.

Tgl	Keterangan	Debet	Kredit
31Des	Beban piutang tak tertagih	12000	
	Penyisihan piutang tak tertagih		12000

Jadi perusahaan yang kinerja baik dalam penjualan kredit adalah perusahaan yang mampu menyelesaikan segala penagihan piutangnya kepada para pelanggan. Namun perlu diingat perusahaan bahwa bagian penagihan yang terlalu agresif akan membuat pelanggan risih dan berakibat pindahnya pelanggan kepada perusahaan lain dan hal itu akan merugikan perusahaan itu sendiri.

#### **2.2.4. Konsep Laba Bersih**

Pada umumnya, ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan.

Laba menurut Harahap (2008:241) dalam bukunya Teori Akuntansi menjelaskan pengertian laba adalah naiknya nilai ekuitas dari transaksi yang nilainya insidental dan bukan kegiatan utama entitas dari transaksi kejadian lainnya yang mempengaruhi entitas selama satu periode tertentu.

Menurut K.R. Subramanyam dan John J. Wild (2010:109) dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan menerangkan bahwa laba (income disebut juga *earning* atau *profit*) merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Laba merupakan informasi perusahaan paling diminati dalam pasar uang. Pemahaman 2 peranan laba ini penting untuk analisis. Menentukan dan menjelaskan laba suatu perusahaan pada suatu periode merupakan tujuan laporan laba rugi.

Menurut PSAK No. 25 (2007:25.2-25.3) laba adalah semua unsure pendapatan dan beban yang diakui dalam suatu pendapatan dan beban dalam suatu periode harus tercakup dalam penetapan laba atau rugi bersih untuk periode tersebut kecuali jika Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku mewajibkan atau memperoleh sebaliknya.

Laba merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak. Pengertian laba yang dianut oleh organisasi akuntansi saat ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan biaya.

Laba bersih memiliki komponen - komponen antara lain :

1. Pendapatan

Aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau penurunan kewajiban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi, yang berasal dari aktivitas operasi dalam hal ini penjualan barang(kredit) yang merupakan unit usaha pokok perusahaan.

2. Beban

Aliran keluar atau penggunaan aktiva atau kenaikan kewajiban dalam suatu periode akuntansi yang terjadi dalam aktivitas operasi.

3. Biaya

Biaya adalah kas atau nilai equivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi.

Biaya yang telah kadaluarsa disebut beban, tiap periode beban dikurangkan dari pendapatan pada laporan keuangan rugi-laba untuk menentukan laba periode.

4. Untung-rugi

Keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi.Incidental yang terjadi pada perusahaan dan semua transaksi atau kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi. Selain yang berasal dari pendapatan investasi pemilik.

5. Penghasilan

Penghasilan adalah hasil akhir penghitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut.

#### **2.2.4.1. Penggolongan Laba Rugi**

Laba-rugi menurut Soemarso (2008:120) dalam bukunya Akuntansi Suatu Pengantar dapat digolongkan menjadi :

a. Laba kotor

Laba kotor adalah selisih positif antara penjualan dikurangi retur penjualan dan potongan penjualan.

b. Laba usaha (operasi)

Laba usaha adalah laba kotor dikurangi harga pokok penjualan dan biaya-biaya atas usaha.

c. Laba bersih sebelum pajak

Adalah laba yang diperoleh setelah laba usaha dikurangi dengan biaya bunga.

d. Laba bersih

Adalah jumlah laba yang diperoleh setelah adanya pemotongan pajak.

#### **2.2.4.2. Pengukuran dan Pengakuan Laba**

Terdapat pendekatan transaksi (*transaction approach*) untuk mengukur laba yang menekankan penghitungan langsung atas pendapatan dan beban. Pendekatan transaksi, sering juga disebut sebagai metode penandingan (*matching method*), berfokus pada kejadian ekonomis yang mempengaruhi elemen tertentu pada laporan keuangan, yaitu pendapatan, beban, keuntungan (laba), kerugian (rugi).

Hal ini berkaitan dengan metode penghapusan piutang tak tertagih yang terdiri dari dua metode yakni metode penghapusan langsung dan metode penyisihan piutang, di mana metode yang sesuai dengan dasar *matching concept* adalah metode penyisihan yang besarnya beban kerugian piutang tak tertagih diestimasi (berdasarkan pengalaman masa lampau) dalam periode

berjalan, yaitu saat terjadinya penjualan, bukan dalam periode pada saat piutang tersebut benar-benar secara akrual tidak dapat ditagih. Jadi, besarnya estimasi beban kerugian piutang tak tertagih ini akan ditandingkan langsung dalam periode berjalan atau dalam periode yang sama sebagaimana pendapatan penjualan dilaporkan. Berbeda dengan metode penghapusan langsung yang besarnya beban kerugian piutang tak tertagih akan dicatat pada saat piutang tersebut benar-benar secara akrual tidak dapat ditagih sehingga ada kemungkinan bahwa beban kerugian piutang tak tertagih ini diakui atas penjualan yang telah terjadi dalam periode sebelumnya, bukan atas penjualan yang terjadi dalam periode berjalan. Namun, metode penghapusan langsung juga diperlukan saat perusahaan mengalami situasi yang sangat tidak memungkinkan bagi perusahaan untuk mengestimasi besarnya piutang usaha yang tidak dapat ditagih sampai dengan akhir periode, dan khusus bagi perusahaan yang menjual sebagian besar barangnya secara tunai sehingga jumlah beban atas piutang usaha yang tak tertagih dapat dikatakan sangat tidak material.

#### **2.2.4.3. Laporan Laba Rugi Komprehensif**

Prinsip-prinsip umum yang diterapkan dalam laporan laba rugi menurut S. Munawir dalam bukunya *Analisa Laporan Keuangan* (2007 : 26) adalah sebagai berikut :

- a. Bagian pertama menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan diikuti dengan harga pokok dari barang atau jasa yang dijual.
- b. Bagian kedua menunjukkan biaya-biaya operationil yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum atau administrasi (*operating expense*).
- c. Bagian ketiga menunjukkan hasil-hasil yang diperoleh di luar operasi pokok perusahaan, yang diikuti dengan biaya-biaya yang terjadi di luar usaha pokok perusahaan (*non operating / financial income dan expense*).

- d. Bagian keempat menunjukkan laba atau rugi insidental (*extra ordinary gain or loss*) sehingga diperoleh laba bersih sebelum pajak penghasilan.

Pelaporan laba – rugi dapat dilakukan dengan dengan beberapa bentuk laporan keuangan laba-rugi. Antara lain : laporan bentuk langsung atau *single step* dan laporan bentuk bertahap atau *multiple step*.

### 2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian

Dengan timbulnya piutang, mengharuskan perusahaan bekerja lebih optimal lagi, terlebih pada hal-hal yang berhubungan dengan pengendalian piutang : pengumpulan dan penagihannya, agar kebijakan yang dijalankan tidak membuat perusahaan terganggu, terutama arus kasnya.

Piutang merupakan elemen modal kerja (aktiva lancar) yang cukup materiil dan selalu dalam kondisi berputar. Besar kecilnya piutang juga dipengaruhi oleh efektifitas pengendalian piutang yang diterapkan dan berkaitan dengan besar kecilnya piutang (investasi dalam piutang), karena pengendalian yang tidak efektif mengakibatkan piutang tidak tertagih tepat waktu.

Tingkat perputaran piutang yang tinggi akan secara otomatis membuat rata-rata pengumpulan piutang akan menjadi lebih cepat sehingga investasi dalam piutang serta risikonya berkurang.

Perputaran piutang yang tinggi mengindikasikan jumlah penjualan yang tinggi pula dan mempengaruhi pendapatan secara mutlak. Oleh karena itu, usaha untuk meningkatkan penjualan juga hendaknya tidak hanya bertumpu pada strategi kebijakan penjualan kredit semata, tetapi juga harus memperhatikan efisiensi dan efektifitas piutang itu sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, maka disimpulkan bahwa penjualan kredit harus dikendalikan dengan kebijakan kredit yang cermat dan sehat serta menguntungkan bagi perusahaan, sehingga penjualan tetap meningkat

sementara perputaran piutang tetap stabil atau bahkan lebih cepat, yang pada akhirnya akan meningkatkan perolehan laba bersih.