

**ANALISIS PERPUTARAN PUTANG DAGANG
UD. CAHAYA DIESEL CABANG BALIKPAPAN**



Oleh:

MUHAMMAD ZAIN

NIRM : 92.11.311.401101.00783

NIM : 9212114

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH
S A M A R I N D A
1997**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS PERPUTARAN PIUTANG DAGANG
UD. CAHAYA DIESEL CABANG BALIKPAPAN
Nama Mahasiswa : MUHAMMAD ZAIN
N I R M : 92.11.311.401101.00783
N I M : 9212114
Jurusan/Program Studi : M A N A J E M E N
Jenjang Studi : Sarjana (S1)

Menyetujui :

Pembimbing I,


DRS. RUSLI NOOR

Pembimbing II,


NURDIN, SE.

Mengetahui :

Ketua STIE Muhammadiyah

Samarinda

Drs. H.M. Arifin

LULUS UJIAN TANGGAL :

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : MUHAMMAD ZAIN
 2. N I R M : 92.11.311.401101.00783
 3. N I M : 9212114
 4. J u r u s a n : M A N A J E M E N
 5. Jenjang Studi : SARJANA (S1)
 6. Judul Skripsi : ANALISIS PERPUTARAN PIUTANG DAGANG UD. CAHAYA DIESEL CABANG BALIKPAPAN
7. Tanggal Pengujian Skripsi :
 8. Pembimbing : 1. DRS. RUSLI NOOR
 2. NURDIN, SE.
 9. Konsultasi :

Tanggal	Tanda Tangan/Paraf		Keterangan
	Pembimbing I	Pembimbing II	
3/2-97			1. Caus. / Udul
3/2-97			Bab I, II
4/3-97			1. Caus
16/3-97			Bab III, IV
4/4-97			1. Caus
10/4-97			Bab V, VI
10/4-97			1. Caus

10. Tanggal Selesai Menulis Skripsi
 11. Keterangan : bimbingan telah selesai
 12. Telah dievaluasi/diuji dengan :

Pembimbing I, DRS. RUSLI NOOR

Pembimbing II, NURDIN, SE.

Samarinda,
 Ketua STIE Muh.
 Samarinda,
 DRS. H.M. ARIFIN

RINGKASAN

MUHAMMAD ZAIN. Analisis Perputaran Piutang Dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan (di bawah bimbingan Bapak Drs. Rusli Noor dan Bapak Nurdin, SE.).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perputaran piutang dagang (receivable turnover) yang telah dicapai perusahaan selama periode tahun 1995 dan 1996. Sebagai bahan perbandingan untuk manajemen dalam merencanakan tingkat perputaran piutang dagang perusahaan diajukan beberapa alternatif syarat kredit. Alternatif pertama dengan syarat kredit 2/10/net 60, kedua 2/10/net 45 dan ketiga 2/10/net 30. Pengajuan alternatif-alternatif ini dimaksudkan untuk meningkatkan perputaran piutang dagang perusahaan periode tahun 1996 dan tahun-tahun selanjutnya.

Penelitian dilakukan dari sudut pendekatan manajemen keuangan, yang menyangkut data tentang mutasi piutang, jumlah penjualan kredit dan umur rata-rata piutang dagang. Ditambah dengan data tingkat bunga deposito bank sebagai perbandingan bagi pelanggan, yang mana menguntungkan, apakah membayar piutangnya kepada perusahaan lebih cepat dengan mendapat cash discount yang lebih besar dari tingkat bunga bank.

Dari hasil analisis dapat ditarik suatu kesimpulan, bahwa periode perputaran piutang tahun 1995 ternyata adalah 3,82 kali, sedangkan periode pengumpulan rata-rata adalah 94 hari. Untuk tahun 1996, perputaran piutang adalah 3,66 kali, dan periode pengumpulan rata 98 hari. Jadi bila diadakan perbandingan, ternyata tingkat perputaran piutang pada tahun 1995 lebih cepat jika dibandingkan dengan tahun 1996, begitu pula dengan pengumpulan rata-rata adalah lebih pendek jangka waktunya.

Pada tahun 1996 sebagai akibat diadakannya kebijaksanaan cash discount sebesar 3 % untuk merangsang pelanggan membayar piutangnya kepada perusahaan, maka laba perusahaan akan berkurang sebesar Rp. 4.687.500,00 untuk biaya discount, namun dari diadakannya cash discount dengan syarat 3/10/net 30 ternyata opportunity saving yang timbul dari percepatan penagihan adalah sebesar Rp. 8.527.500,00 yang mana jumlah tersebut lebih besar dari pada opportunity cost.

Dari cash discount Rp. 4.687.500,00, maka perputaran piutang naik menjadi 8,22 kali, sehingga dana yang terikat didalam piutang dapat dikendalikan.

RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama Penulis : MUHAMMAD ZAIN
2. Tempat / Tanggal Lahir : BERAU, 14 MEI 1967
3. Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
4. A g a m a : ISLAM
5. Pekerjaan : SWASTA

6. A l a m a t : JL. MAYJEN DI. PANJAITAN I
(JL.MUGIREJO RT.64 NO.10 SUPIDA)

7. Riwayat Pendidikan : 1. Tamat SD Tahun 1980
2. Tamat SMP Tahun 1983
3. Tamat SMA Tahun 1987
4. STIE Muhammadiyah
Samarinda Tahun 1992

B. DATA ORANG TUA

8. Nama Bapak : SAYID ALWI
9. Nama Ibu : SITI HALIMAH

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat-Nya dan karunia-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, yang merupakan salah syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada STIE Muhammadiyah Samarinda.

Didalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu baik dorongan, arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sehubungan dengan bantuan tersebut maka secara berturut-turut penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda beserta staf Dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat.
2. Bapak Drs. Sayid Saher, selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah mendorong dan membantu penulis untuk menyelesaikan studi.
3. Bapak Drs. Rusli Noor dan Bapak Nurdin, SE. yang telah banyak mengarahkan dan membimbing penulis dalam keseluruhan kegiatan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Pimpinan UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan dan karyawan yang telah bersedia menerima penulis untuk mengadakan penelitian dan memberikan informasi serta data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Rekan-rekan di STIE Muhammadiyah Samarinda yang turut serta memberikan bantuan berupa pemikiran dan pendapat yang sangat berguna.
6. Serta seluruh Keluarga yang telah banyak memberikan motivasi untuk menyelesaikan studi.

Semoga segala bantuan dan dorongan baik moril maupun materiil yang telah penulis terima memperoleh balasan yang besar dari Allah SWT.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan penulis semata. Kritik dan saran sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat berguna bagi kita semua.

Samarinda, April 1997

P e n u l i s,

MUHAMMAD ZAIN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Sistematika Penulisan	5
BAB II : DASAR TEORI	7
A. Manajemen Pembelanjaan	7
1. Pengertian dan Tujuan Manajemen Pembelanjaan	7
2. Investasi dalam Piutang	10
3. Tingkat Perputaran Piutang	18
4. Budget Pengumpulan Piutang	21
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengumpulan Piutang	22
6. Penilaian Resiko kredit dan Seleksi Pelanggan	27
7. Kebijaksanaan Penagihan	30

	B. Hipotesis	32
	C. Definisi Konsepsional	32
BAB	III : METODE PENDEKATAN	34
	A. Definisi Operasional	34
	B. Perincian Data Yang Diperlukan	35
	C. Jangkauan Penelitian	35
	D. Teknik Pengumpulan Data	35
	E. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis ...	36
BAB	IV : HASIL PENELITIAN	38
	A. Gambaran Umum UD. Cahaya Diesel	38
	B. Struktur Organisasi	39
	C. Pemasaran	40
	D. Bagian Penagihan (Collection)	40
	E. Teknik Pengumpulan Piutang	41
	F. Laporan Keuangan Bagian Kredit	42
BAB	V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
	A. Analisis	47
	B. Pembahasan	54
BAB	VI : KESIMPULAN DAN SARAN	56
	A. Kesimpulan	56
	B. Saran-saran	57
DAFTAR	KEPUSTAKAAN	59

DAFTAR TABEL

Nomor	Tubuh Utama	Halaman
1.	Daftar penjualan kredit tahun 1995 dan 1996 UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan	43
2.	Laporan Umur Piutang Dagang tahun 1995 UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan	44
3.	Laporan Umur Piutang Dagang tahun 1996 UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan	45
4.	Daftar Mutasi Piutang Dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan tahun 1995 dan 1996	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan daerah Kalimantan Timur merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan pembangunan Nasional, oleh karena itu masyarakat Kalimantan Timur perlu memberi perhatian yang serius serta memperhitungkan potensi dan kekuatan-kekuatan pembangunan daerah yang mempunyai peluang yang cukup besar untuk ditingkatkan serta dikembangkan pengelolaannya secara efektif dan efisien.

Industri pengolahan kayu yang ada di Kalimantan Timur merupakan komoditi yang sangat banyak diminati dipasar dalam dan luar negeri serta telah mampu memberikan sumbangan devisa yang cukup besar. Industri-industri kayu ini dalam mengelola hasil industrinya banyak menggunakan peralatan berat seperti spare part mesin-mesin industri antara lain : Band Saw, Rotary, Lathe, Roller Dryer, Continues Drayer, Minami, Ruckle, Spreader, Cold Press, Hot Press, Panel Sizer, Sande serta Blauwer.

UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan merupakan salah satu usaha perdagangan Spare Part mesin-mesin industri perkayuan. Disamping itu masih ada beberapa perusahaan sejenis yang menjual suku cadang yang sama diantaranya UD. Hidup Baru, UD. Raya Harapan.

Untuk dapat mempertahankan para langganan yang sudah ada sekarang dan untuk langganan baru maka UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan menempuh suatu kebijaksanaan dengan melakukan penjualan suku cadang secara kredit.

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

Kebijaksanaan penjualan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seseorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut. Perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan tetapi juga penerapan standar tersebut secara tepat dalam membuat keputusan kredit.

Sumber-sumber informasi dan analisis kredit merupakan suatu hal yang penting bagi keberhasilan manajemen piutang.

Penerapan yang tepat dari kebijaksanaan yang tidak tepat ataupun penerapan yang tidak tepat dari kebijaksanaan yang tepat tidak akan dapat memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan.

Besar kecilnya piutang yang dimiliki oleh perusahaan disamping dipengaruhi oleh kondisi perekonomian pada umumnya, juga dipengaruhi oleh kebijaksanaan perkreditan yang ditentukan oleh perusahaan. Sementara kondisi perekonomian pada umumnya tidak bisa dipengaruhi oleh manajer keuangan, kebijaksanaan perkreditan jelas bisa ditentukan oleh perusahaan. Dalam menilai kebijaksanaan kredit ini dapat dibandingkan antara resiko dan profitabilitas. Apabila perusahaan menurunkan standar kreditnya, maka penjualan akan meningkat, yang berarti peningkatan piutang pula, dan ini akan membawa keuntungan yang lebih besar. Tetapi dengan peningkatan kredit ini berarti perusahaan harus menanggung beban investasi pada piutang yang tidak bisa terkumpul.

Penjualan kredit suku cadang alat-alat berat yang dilakukan oleh UD. Cahaya Diesel kepada para pelanggan / konsumen sering terlambat dalam pelunasannya walaupun piutang dagang sudah sampai jatuh temponya.

Dengan adanya resiko keterlambatan tersebut, maka modal yang tertanam didalam piutang dagang menjadi lama. Hal ini mengakibatkan rendahnya tingkat perputaran piutang dagang perusahaan. Disamping resiko keterlambatan pembayaran piutang dagang tersebut oleh pelanggan, juga terdapat kemungkinan antara lain resiko tidak dibayarnya sebagian piutang dagang tersebut.

B. Perumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang telah dikemukakan terdahulu, maka permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan adalah rendahnya tingkat perputaran piutang dagang yang disebabkan lamanya modal perusahaan tertanam dalam piutang dagang tersebut. Dengan demikian maka permasalahan pokok dalam penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut yaitu :

Bagaimana mengendalikan perputaran piutang dagang, agar kelancaran pembayaran piutang dagang oleh pelanggan dapat terjamin sehingga tingkat perputaran piutang dapat ditingkatkan.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan, dan upaya apa yang dilakukan untuk mempercepat perputaran piutang dagang tersebut.
2. Sebagai bahan informasi bagi manajemen didalam mengambil keputusan dan kebijaksanaan perusahaan khususnya penjualan secara kredit.

D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Skripsi ini, sistematika penyusunan terdiri dari enam bab yang meliputi :

- Bab I. PENDAHULUAN, yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah dan tujuan penelitian serta sistematika penulisan. Pada bab pendahuluan memberikan gambaran umum tentang pokok materi yang dibahas. Pada perumusan masalah menguraikan persoalan inti yang menjadi titik tolak diadakannya penulisan skripsi ini. Sedang pada tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan dan upaya yang dilakukan untuk mempercepat perputaran piutang dagang.
- Bab II. DASAR TEORI, yakni teori yang melandasi penulisan skripsi ini, yang terdiri dari teori pembelanjaan

(Pengertian Pembelanjaan, Investasi dalam piutang, Tingkat Perputaran Piutang Dagang, Budget Pengumpulan Piutang, Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pengumpulan piutang, Penilaian resiko kredit, kemudian dikemukakan pula Hipotesis dan Definisi Konsepsional.

Bab III. METODE PENDEKATAN, yang mencakup batasan-batasan operasional, perincian data yang diperlukan, jangkaun penelitian, teknik pengumpulan data dan alat analisis dan pengujian hipotesis.

Bab IV. HASIL PENELITIAN, yang merupakan bab yang memuat hasil penelitian meliputi gambaran umum keadaan perusahaan, volume penjualan, serta laporan keuangan UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan.

Bab V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN, yang memuat tentang analisis dari data yang diperoleh dan membahasnya dengan dasar teori yang ada kaitannya dengan tujuan yang ingin dicapai.

Bab VI. KESIMPULAN DAN SARAN, yang memuat secara ringkas hal-hal yang telah dikemukakan dalam bab-bab terdahulu, kemudian diberikan beberapa kesimpulan, dan saran yang ada relevansinya dengan penulisan skripsi ini.

BAB II

DASAR TEORI

A. Manajemen Pembelanjaan.

1. Pengertian dan Tujuan Manajemen Pembelanjaan

Pembelanjaan perusahaan tidak dapat dipisahkan dari ilmu ekonomi, dan dapat dikatakan bahwa pembelanjaan perusahaan adalah merupakan penerapan prinsip-prinsip ekonomi dalam mengelola (to manage) keputusan-keputusan yang menyangkut masalah finansial perusahaan.

Banyak orang berpendapat bahwa fungsi pembelanjaan dan akuntansi dalam suatu perusahaan adalah sama. Perbedaan pokok antara kedua bagian ini terletak pada tugas yang dilakukan oleh masing-masing bagian. Akuntansi menekankan pada pengumpulan, pengklasifikasian, pencatatan, penafsiran dan penyajian data finansial perusahaan menurut cara-cara yang sudah ditentukan dan diterima oleh umum, sedangkan pembelanjaan, tugas pokoknya adalah untuk mengambil keputusan sehubungan dengan penarikan dan penggunaan dana. Sebagai kelanjutan dari hal ini manajer keuangan lebih menekankan pada cash inflow (arus kas masuk) yang diterima oleh perusahaan.

Bukanlah suatu hal yang mustahil kalau ada suatu perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan (profitable) disatu pihak, tetapi dilain pihak mengalami kesukaran keuangan karena cash inflow yang diterimanya tidak mencukupi untuk membiayai kegiatan perusahaan. Sebagian besar keberhasilan suatu perusahaan diukur dalam financial term atau berdasarkan tingkat keberhasilan finansial yang dicapainya.

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian pembelanjaan, baiklah akan penulis kemukakan beberapa definisi dari para ahli ekonomi, diantaranya yaitu G.R. Terry, yang mengemukakan arti pembelanjaan sebagai berikut :

Pembelanjaan terdiri dari pada tindakan penyediaan dan memproduksi uang, capital right dan segala macam dana-dana (uang) yang digunakan untuk menjalankan sebuah perusahaan. 1)

Sedangkan Bambang Riyanto mendefinisikan pembelanjaan perusahaan sebagai berikut :

Pembelanjaan meliputi semua aktivitas perusahaan yang bersangkutan dengan usaha mendapatkan dana yang dibutuhkan oleh perusahaan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin. 2)

1) G.R. Terry, Principle of Management, disadur oleh Winardi, Edisi Kedua, Alumni, Bandung, 1970, hal. 501.

2) Bambang Riyanto, Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Kedua, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada Yogyakarta, 1970, hal. 3.

Menurut Alex S. Nitisemito, Pembelanjaan ialah :

" Semua kegiatan perusahaan yang ditujukan untuk mendapatkan dan menggunakan modal dengan cara yang paling efisien ". 3)

Dari pendapat para ahli tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian pembelanjaan mengandung dua masalah pokok, yaitu :

- a. Masalah penarikan / penggunaan dana-dana.
- b. Masalah penggunaan dari dana-dana tersebut.

Disamping itu, ada dua segi yang terlihat dari pengertian tersebut, yaitu :

- a. Pembelanjaan pasif, yaitu : bagi perusahaan yang membutuhkan dana, masalahnya ialah bagaimana untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan dengan syarat-syarat yang paling menguntungkan.
- b. Pembelanjaan aktif, yaitu : bagi perusahaan yang mempunyai uang, masalahnya ialah apakah diserahkan kepada perusahaan lain atau ditanamkan dalam perusahaan sendiri.

Adanya kebutuhan dana dari perusahaan tersebut kita dihadapkan dengan persoalan kuantitatif dan persoalan kualitatif. Persoalan kuantitatif adalah persoalan berapa jumlah modal yang diperlukan sesuai dengan luasnya produksi.

3)

Alex. S. Nitisemito, Pembelanjaan Perusahaan, Cetakan Kedua, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1976, hal. 11.

Apabila besarnya modal itu diketahui, maka persoalan selanjutnya adalah dengan bentuk apakah modal itu harus ditarik. Bentuk dan jenis modal yang ditarik inilah yang dimaksud dengan kualitatif. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut diatas, ternyata masalah pembelanjaan ini tidak terlepas dari masalah keseimbangan. Yang dimaksud dengan masalah keseimbangan disini adalah suatu keseimbangan antara aktiva dengan pasiva yang dibutuhkan, beserta mencari susunan kualitatif dari pada aktiva dan pasiva tersebut dengan sebaik-baiknya.

2. Investasi Dalam Piutang.

Sebelum mengarah pada masalah investasi dalam piutang, terlebih dahulu dikemukakan piutang itu sendiri. Piutang adalah merupakan aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya politik penjualan kredit. Politik penjualan kredit ini merupakan politik yang biasa dilakukan dalam dunia bisnis untuk merangsang minat para langganan. Jadi politik ini sengaja dilakukan untuk memperluas jaringan pasar dan memperbesar volume penjualan.

Sebelum melangkah lebih lanjut terlebih dahulu harus dimengerti tentang apa yang diartikan dengan piutang sebagai berikut :

Piutang dagang menunjukkan piutang yang timbul dari penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan perusahaan. 4)

Sedangkan didalam beberapa literatur untuk pengertian piutang ini banyak digunakan istilah "Receivable" atau Account Receivable, seperti dikemukakan oleh Louis K. Brand di dalam bukunya *Analysis for Financial Management*, yang menyatakan bahwa " Receivable are current assets from credit sales ". 5)

Kemudian James C. Van Horne dalam bukunya *Financial Management and Policy*, mendefinisikan sebagai berikut " Account receivable represent the extension of open Account by one firm to other firms and to Individuals ". 6)

Selanjutnya M. Munandar Ak. dalam bukunya berjudul *Pokok-Pokok Intermediate Accounting*, memberi suatu batasan sebagai berikut : " Account receivable ialah tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan dimintakan pembayarannya jika sudah sampai pada waktunya. 7)

4)

Zaki Baridwan, Intermediate Accounting, Edisi 3, Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1983, halaman 94.

5)

Lois K. Brand, Analysis for Financial Management, Pentice-Hall, Inc. Englewood cliffs, New Jersey, 1972, page 201.

6)

James C. Van Horne, Financial Management and Polycy, Fourt edition, Prentice-Hall International, Inc., London, 1977, page 372.

7)

M. Munandar, Pokok-Pokok Intermediate Accounting, Edition 4, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1982, halaman 71.

Dan batasan lainnya adalah yang dikemukakan oleh Indrijo dalam bukunya Manajemen Keuangan, dinyatakan, "Piutang adalah merupakan aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya politik penjualan kredit. 8)

Biasanya tagihan ini tidak dibuat dalam suatu perjanjian khusus sebagaimana yang diatur dalam peraturan hukum yang berlaku, sehingga kurang memberikan kemungkinan untuk diperjual belikan. Dengan demikian tagihan semacam ini sedikit banyak juga kurang terjamin (secured) kemungkinan pelunasannya.

Tagihan semacam ini dapat timbul karena penjualan barang-barang yang menjadi usaha pokok perusahaan.

Adapun yang termasuk dalam tagihan (receivable) :

- a. Wesel tagih (Notes Receivable) merupakan tagihan yang secara formal didukung dengan kesediaan atau janji untuk membayar.

Wesel tagih disini dimaksudkan atas piutang dagang yang belum sampai hari tunainya, dalam menyajikannya pada neraca harus disajikan dengan pos yang terpisah.

8)

Indriyo, Manajemen Keuangan, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah mada, Yogyakarta, 1981, halaman 43.

b. Piutang dagang (Account Receivable) yaitu piutang yang tidak didukung secara formil dengan janji untuk membayar dan meliputi :

1. Pihutang dari langganan (receivable from Consumer).
2. Piutang lain-lain (receivable from other)
3. Piutang yang timbul karena sesuatu yang sudah menjadi hasil (earned), tetapi belum diterima pembayarannya (Accrued receivable) seperti :
 - (a). Bunga yang belum diterima.
 - (b). Sewa yang belum diterima.

Account receivable harus terbatas pada piutang yang terjadi, karena kegiatan normal perusahaan dan diharapkan akan merubah menjadi uang tunai dalam perputaran kegiatan normal perusahaan.

Jika tidak demikian, maka dalam neraca harus dipisahkan dalam pos tersendiri secara jelas. Misalnya piutang yang timbul atas :

- a. Penjualan barang-barang tetap.
- b. Penjualan surat-surat berharga.
- c. Piutang kepada para pegawai.

Dalam dunia bisnis saat ini, maka hampir semua perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit ini. Oleh karena itu untuk menjaga posisi perusahaan didalam persaingan, maka haruslah dilakukan politik penjualan kredit tersebut, apabila tidak ingin merosot dalam posisi persaingan di pasar. Politik penjualan kredit yang agresif akan dapat merangsang minat calon konsumen untuk membeli barang. Hal ini dikarenakan calon konsumen akan dimungkinkan untuk memakai dan menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli. Sehingga pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan pembayarannya nanti dikemudian hari.

Dengan dipeliharanya aktiva berupa piutang ini maka perusahaan sebenarnya tidak terlepas dari pada penanggungan resiko atau biaya.

Biaya yang ditimbulkan oleh adanya piutang tersebut ada empat macam, yaitu :

a. Bad Debt Expense

Seperti telah disebutkan dimuka perusahaan perlu memperhitungkan resiko atas tidak tertagihnya sejumlah piutang tertentu ke dalam biaya. Biaya terhadap hal ini yaitu Bad Debt atau piutang ragu-ragu atau piutang dubius, perlu diperhitungkan pada tiap-tiap periode.

b. Biaya pengumpulan piutang

Dengan adanya piutang tentu saja ada biaya untuk penagihannya kepada para debitur bersangkutan.

c. Biaya Administrasi

Tentu saja hal ini diperlukan administrasi terhadap pengelolaan ataupun pengawasan terhadap piutang tersebut.

d. Biaya sumber dana

Untuk menjaga piutang ini tentu saja perlu disediakan dana atas aktiva itu, dan tidak ada suatu danapun yang tidak dibebani biaya. Begitu pula terhadap dana untuk keperluan piutang tersebut.

Pelaksanaan dari penjualan kredit yang menimbulkan piutang tersebut memang akan mengakibatkan pengaruh positif dan negatif seperti dikemukakan di atas.

Oleh karena itu manajer perlu menelaah secara seksama terhadap untung ruginya rencana politik penjualan kredit tersebut.

Dalam penyajian piutang pada neraca perlu dicantumkan taksiran jumlah yang tidak dapat direalisasikan yang dikenal dengan Bad-debt (penghapusan piutang).

Menurut definisinya Bad-debt (penghapusan piutang) sebagai berikut :

Bad-debt (penghapusan piutang) ialah suatu kerugian yang timbul, karena adanya piutang yang tidak dapat ditagih oleh perusahaan. 9)

Dalam hubungannya dengan penilaian piutang di dalam buku Prinsip Akuntansi Indonesia disebutkan :

" cara penyajian antara lain adalah dengan menyatakan jumlah bruto tagihan, dan berapa yang diperkirakan tidak dapat direalisasikan, yang harus dikurangkan dari jumlah bruto tagihan " 10)

Dari prinsip di atas dapat diketahui, bahwa untuk melaporkan piutang dalam neraca adalah sebesar jumlah yang akan di realisasikan yaitu jumlah diharapkan akan ditagih dihitung dengan mengurangkan jumlah yang diperkirakan akan tidak dapat tertagih kepada jumlah piutang. Karena neraca itu disusun setiap akhir periode maka setiap akhir tahun perlu dihitung jumlah kerugian dari piutang-piutang. Kerugian piutang ini dibebankan pada periode yang bersangkutan, sehingga dapat dihubungkan antara kerugian piutang dengan penjualan-penjualan yang mengakibatkan timbulnya piutang tersebut.

9)

M. Munandar, Op.cit, halaman 71.

10)

Ikatan Akuntansi Indonesia, Prinsip Akuntansi Indonesia, Penerbit PT. Ichisar Baru-Van Hoeve, Jakarta, 1974, halaman 56.

Pencatatan kerugian piutang dikreditkan ke rekening Cadangan Kerugian Piutang, sehingga tidak diperlukan perubahan-perubahan dalam buku pembantu piutang.

Apabila jenis bahwa piutang sudah tidak dapat ditagih, maka rekening cadangan kerugian piutang debit dan piutangnya dihapuskan, pada saat ini buku pembantu piutang baru dikredit. Penghapusan piutang baru dilakukan jika terdapat bukti-bukti yang jelas seperti, debiturnya bangkrut, meninggal dunia dan lain sebagainya.

Selain menggunakan Cadangan Kerugian Piutang terdapat pula satu cara lain untuk mengakui kerugian piutang yang disebut metode langsung. Dalam metode ini kerugian piutang baru diakui pada waktu piutang dihapuskan dan penghapusan piutang baru dilakukan bilamana terdapat bukti-bukti yang jelas.

Penggunaan metode langsung tidak dapat melaporkan piutang dengan jumlah yang diharapkan dapat ditagih. Neraca menunjukkan jumlah bruto piutang, sehingga tidak sesuai dengan Prinsip Akuntansi Indonesia.

Dalam metode cadangan setiap akhir periode dilakukan penaksiran jumlah kerugian piutang yang akan dibebankan ke periode yang bersangkutan. Ada dua dasar yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah kerugian piutang, yaitu :

- a. Jumlah penjualan, apabila kerugian piutang itu dihubungkan dengan proses pengukuran laba yang teliti maka dasar perhitungan kerugian piutang adalah jumlah penjualan.
- b. Saldo piutang apabila saldo piutang digunakan sebagai dasar perhitungan kerugian piutang, maka arahnya adalah menilai aktiva dengan teliti. 11)

3. Tingkat Perputaran Piutang

Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang adalah tergantung kepada syarat pembayarannya. Makin lunak atau makin lama syarat pembayaran, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang berarti bahwa tingkat perputaran piutang (receivable turnover) dapat diketahui dengan membagi jumlah penjualan kredit selama periode tertentu yang berasal dari operasi dengan jumlah rata-rata piutang (average receivable).

Untuk menghitung tingkat perputaran piutang, maka dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Receivable turnover} = \frac{\text{Net Sales Credit}}{\text{Average Receivable}} \quad 12)$$

11)

Zaki Baridwan, Op.cit, halaman 96.

12)

Bambang Riyanto, Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta, 1978, halaman 81.

Semakin tinggi receivable turnover suatu perusahaan semakin baik pengelolaan piutangnya. Receivable turnover dapat ditingkatkan dengan jalan memperketat kebijaksanaan penjualan kredit, misalnya dengan jalan memperpendek waktu pembayaran. Tetapi kebijaksanaan seperti ini cukup sulit untuk diterapkan, karena dengan semakin ketatnya kebijaksanaan penjualan kredit kemungkinan besar volume penjualan akan menurun, sehingga hal tersebut bukannya membawa kebaikan bagi perusahaan bahkan sebaliknya.

Oleh karena itu seorang analis keuangan perusahaan perlu mempertanyakan adanya receivable turnover yang sangat tinggi dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya, karena hal tersebut mungkin berarti kurang baik kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

Umur rata-rata piutang atau dikenal juga dengan umur rata-rata pengumpulan piutang (average collection period), adalah merupakan alat yang sangat penting di dalam menilai kebijaksanaan penjualan dan pengumpulan piutang.

Sedangkan periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata pengumpulan piutang dapat dihitung dengan membagi tahun dalam hari dengan turnovernya.

Hari rata-rata pengumpulan piutang (average collection period) dapat dihitung dengan cara :

$$\frac{360}{\text{Receivable turnover}} = \text{hari}$$

atau dapat pula dihitung dengan :

$$\frac{360 \times \text{Average receivable}}{\text{Net Sales Credit}} \quad 13)$$

Adapun penting untuk membandingkan hari rata-rata pengumpulan piutang dengan syarat pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Apabila hari rata-rata pengumpulan piutang selalu lebih besar dari pada batas waktu pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut berarti, bahwa cara pengumpulan piutang kurang efisien. Ini berarti banyak para langganan yang tidak memenuhi syarat yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Tinggi rendahnya receivable turnover mempunyai efek yang langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang tersebut. Makin tinggi turnover, berarti makin cepat perputarannya, yang berarti makin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang, sehingga untuk mempertahankan net sales credit tertentu, dengan naik turunnya turnover, dibutuhkan jumlah modal yang lebih kecil yang diinvestasikan dalam piutang.

13)

Bambang Riyanto, Ibid, halaman 82.

4. Budget Pengumpulan Piutang

Berdasarkan syarat piutang yang telah diberikan serta berdasarkan pengalaman, maka akan disusun budget pengumpulan piutang, sehingga dapat memperkirakan pula jumlah-jumlah penerimaan kas dari piutang yang dapat diharapkan diterima.

Di dalam penyusunan receivable collection budget, maka tidak akan dapat hanya berdasarkan dari pada syarat-syarat atau perjanjian dalam memberikan piutang sebab kalau hanya berdasarkan pada syarat/perjanjian saja, kemungkinan kekeliruan adalah besar. Oleh karena itu selain mendasarkan dari pada pengalaman-pengalaman, juga berdasarkan pada syarat.

Oleh sebab itu, pengalaman di sini adalah sangat penting, sebab dapat saja terjadi, bahwa bagi langganan-langganan yang memang sering menunggak, maka perusahaan harus mengetahui, bahwa perjanjian yang telah dibuat tersebut kemungkinan tidak ditepati adalah minim.

Bagi perusahaan, sebenarnya dapat melakukan beberapa tindakan antara lain tidak memberikan piutang lagi atau melakukan tindakan tegas pada langganan yang tidak menepati janjinya tersebut akan tetapi pada umumnya perusahaan sebelum bertindak biasanya lebih dahulu mempertimbangkan rugi-untungnya dari pada hanya sekedar melaksanakan perjanjian yang telah dibuat.

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Piutang.

Dalam rangka usaha untuk memperbesar volume penjualannya kebanyakan perusahaan besar, menjual produknya dengan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan, dan barulah kemudian pada hari jatuhnya tempo terjadi aliran kas masuk (cash inflows) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut.

Dengan demikian maka piutang (receivable) merupakan elemen modal kerja yang juga selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja, yaitu : Kas ---> Inventory ---> Piutang ---> Kas. Dalam keadaan yang normal dan dimana penjualan pada umumnya dilakukan dengan kredit, piutang mempunyai tingkat likuiditas yang lebih tinggi dari pada inventory, karena perputaran piutang membutuhkan satu langkah saja. Manajemen piutang merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan yang menjual produk dengan cara kredit.

Manajemen piutang terutama menyangkut masalah pengendalian jumlah piutang, pengendalian pemberian dan pengumpulan piutang, dan evaluasi terhadap politik kredit yang dijalankan oleh perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap jumlah besar kecilnya piutang dagang dapat disebabkan sebagai berikut :

a. Volume Penjualan Kredit.

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

Dengan semakin 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 resiko, akan tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar profitabilitasnya.

b. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit.

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

Di negara Anglosaxon, umumnya syarat pembayaran penjualan kredit biasanya dinyatakan dengan syarat (term) tertentu, misalnya : 2/10/net.30. Ini berarti, bahwa apabila pembayaran dilakukan dalam waktu 10 sesudah waktu penyerahan barang, si pembeli

akan mendapat potongan tunai (cash-discount) sebesar 2 %, dari harga penjualan, dan pembayaran selambat-lambatnya dilakukan dalam 30 hari sesudah waktu penyerahan barang. Ini berarti bahwa batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.

c. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit.

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti semakin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula ketentuan mengenai siapa yang dapat diberikan 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.

d. Kebijakan Dalam Pengumpulan Piutang.

Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaannya dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai

aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaan secara pasif. Perusahaan yang disebut terdahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil dari pada perusahaan yang disebutkan kemudian. Tetapi biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya usaha tambahan tersebut tidak melampaui besarnya tambahan penerimaan, 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.

e. Kebiasaan Membayar Dari Para Pelanggan.

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 yaitu 2/10/net.30, para pelanggan diharapkan pada dua alternatif, yaitu apakah mereka akan membayarnya

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 rendah dari pada bunga kredit leveransir. Kebijakan para pelanggan untuk membayar dalam "cash-discount period" atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi di 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 mengenal pula pengertian persediaan besi atau persediaan minimal, yaitu yang disebut persediaan besi debitor atau persediaan inti debitor yang secara terus menerus dan selalu tertanam dalam perusahaan sebagai akibat dari pada jangka waktu kredit yang diberikan kepada pelanggan atau debitor. Dengan kata lain dapatlah dikatakan persediaan inti debitor adalah jumlah minimal dana yang diberikan sebagai kredit, penjual untuk mempertahankan kredit "sales" yang normal, dan jumlah ini merupakan inti "inti permanen" dari kebutuhan yang diinvestasikan di dalam piutang.

6. Penilaian Resiko Kredit dan Seleksi Pelanggan.

Resiko kredit adalah resiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para pelanggan. Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para pelanggan perlulah mengadakan evaluasi resiko kredit, maka manajer kredit harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit tersebut.

Pada umumnya baik Bank maupun perusahaan dalam mengadakan penilaian resiko kredit adalah dengan memperhatikan lima "C" (adalah Character, Capacity, Capital, Collecteral dan Conditions).

Character berkenaan dengan kemungkinan bahwa langganan akan mau atau berusaha untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya. Faktor ini sangat penting karena transaksi kredit mencakup janji untuk membayar. Aspek moral merupakan faktor penting dalam evaluasi kredit.

Capacity berkaitan dengan penilaian akan kemampuan langganan. Hal ini tercermin dalam riwayatnya di masa lampau ditunjang oleh pengamatan lahiriah atau observasi secara phisik atau pabrik-pabrik, toko dan cara-cara usahanya.

Capital menunjukkan kepada kekuatan Financial calon langganan terutama dengan melihat jumlah modal sendiri yang dimilikinya. Analisa terhadap neraca perusahaan dengan menggunakan ratio-ratio financial yang tersedia akan dapat memenuhi kebutuhan atas penilaian capital calon langganan. Collecteral diwakili oleh aktiva yang ditawarkan oleh langganan sebagai jaminan kredit yang diberikan kepadanya.

Condition berkaitan dengan pengaruh trend perekonomian pada umumnya terhadap perusahaan. Condition juga berkaitan dengan perkembangan-perkembangan lainnya dalam bidang ekonomi yang mungkin mempengaruhi kemampuan ekonomi yang mungkin mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. 14)

14)

Abas Kartadinata, Pembelanjaan, Pengantar Manajemen Keuangan, Penerbit Bina Aksara Jakarta, 1981, halaman 173-174.

Sebagian besar analisis-analisis kredit menganggap bahwa faktor yang pertama dan yang kedua, character dan capacity, adalah merupakan faktor-faktor yang terpenting dalam menentukan diberi tidaknya kredit kepada seorang calon langganan karena hal tersebut menekankan pada kemauan dan kemampuan calon langganan dalam memenuhi kewajibannya.

Sebagai suatu kesatuan, kelima C di atas memegang peranan sangat penting sepanjang hal tersebut dapat menjamin bahwa tidak ada faktor-faktor penting lain yang dilupakan dalam analisa yang telah dilakukan.

Setelah diuraikan berbagai faktor yang harus diperhatikan dalam penilaian resiko kredit, maka selanjutnya perlu bagi perusahaan untuk memperkecil resiko tidak dibayarnya piutang dengan mengadakan penyaringan atau seleksi terhadap para pelanggan atau debitur.

Adapun langkah-langkah yang perlu untuk penyaringan para pelanggan dalam rangka usaha preventif untuk memperkecil resiko tertunda atau tidak terkumpulnya piutang yang tidak diharapkan tersebut.

Langkah-langkah yang harus ditempuh untuk memperkecil resiko tertundanya pembayaran dapat ditempuh dengan jalan sebagai berikut :

a. Penentuan Resiko Yang Ditanggung Perusahaan.

Pertama-tama dalam hubungan ini haruslah ditentukan lebih dahulu "batas resiko" yang akan ditanggung oleh perusahaan, yang akan disediakan sebagai cadangan piutang.

Misalnya ditentukan, bahwa resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan tersebut adalah 10 % ini berarti bahwa kelak apabila ternyata sebesar 10 % dari jumlah piutang tidak terbayar, hal tersebut tidaklah dianggap sebagai hal yang tidak terduga. Ketentuan prosentase ini perlu untuk memperhitungkan keuntungan yang diharapkan akan diterima oleh perusahaan.

b. Kemampuan Perusahaan Dalam Pelunasan Hutangnya.

Dalam rangka untuk mengadakan klasifikasi dari pada pelanggan, apakah mereka termasuk golongan resiko 5 %, 10 %, 15 % atau lebih. Perlulah kiranya perusahaan mengadakan suatu penyelidikan mengenai kemampuan perusahaan tersebut untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Penyelidikan kemampuan ini tidak hanya menyangkut bidang materiil saja, tetapi juga menyangkut penyelidikan mengenai sifat atau watak dari pada pelanggan, apakah mereka mempunyai kebiasaan dan kesediaan untuk selalu memenuhi

kewajibannya. Di samping itu perlu juga mempertimbangkan terutama mengenai likuiditas dan rentabilitasnya. Soliditas merupakan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan, dan soliditas ini dibedakan dalam 3 (tiga) jenis, yakni :

- a. Soliditas financil, yaitu tingkat kepercayaan pihak luar kepada perusahaan yang bersangkutan yang timbul sebagai akibat dari terdapatnya modal kerja yang cukup di dalam perusahaan tersebut, sehingga diharapkan perusahaan tersebut akan dapat memenuhi kewajiban financial tepat pada waktunya.
- b. Soliditas komersiil, yaitu tingkat kepercayaan pihak luar yang diberikan kepada perusahaan yang bersangkutan sebagai akibat dari kejujuran pimpinan perusahaan untuk selalu memenuhi janji-janji dan kewajiban-kewajiban tepat pada waktunya.
- c. Soliditas moril, adalah kepercayaan yang diberikan oleh pihak luar kepada perusahaan yang bersangkutan yang timbul sebagai akibat dari sifat-sifat dan moril baik pimpinan perusahaan. 15)

7. Kebijakan Penagihan

Kebijakan penagihan piutang perusahaan adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bilamana sudah jatuh tempo. Sebagian dari keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijakan pengumpulan piutangnya dapat dilihat dari jumlah kerugian

15)

Bambang Riyanto, Op.cit, halaman 80.

piutang atau bad debt expenses, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya tergantung pada kebijaksanaan penarikan piutang tetapi juga pada kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

Kebijaksanaan penagihan tercermin di dalam prosedur yang ditempuh perusahaan di dalam usaha memperoleh pembayaran dari piutang yang lampau waktu, misalnya suatu surat penagihan dapat dikirimkan bilamana piutang sudah lewat waktu satu minggu, surat yang lebih keras bunyinya disusul dengan pembicaraan pertelepon dapat dipergunakan bilamana setelah sebulan lebih si piutang belum juga membayar.

JADWAL USIA PIUTANG

		Jumlah (ribuan rupiah)	%
		-----	-----
Piutang-piutang yang berasal dari penjualan kredit bulan :			
Desember	19xx	xx	xx
Nopember	19xx	xx	xx
Oktober	19xx	xx	xx
September	19xx	xx	xx

bulan-bulan sebelumnya

Sisa piutang pada tanggal 1-1-19

B. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan terdahulu, maka dapatlah dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

Diduga dengan mengubah pola jangka waktu penagihan piutang dagang lebih pendek dari yang ditentukan sebelumnya, maka perputaran piutang dagang dapat ditingkatkan.

C. Definisi Konsepsional

Dari uraian-uraian pada bab terdahulu dikemukakan bahwa yang menjadi pokok pembahasan adalah tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

Pengertian piutang dagang menurut Zaki Baridwan, Akuntan adalah :

Piutang dagang adalah menunjukkan piutang yang timbul dari penjualan barang-barang / jasa-jasa yang dihasilkan perusahaan. 16)

Sedangkan piutang dagang disebutkan pula dalam istilah accounting dengan Account Receivable, yang dimaksud dengan Account Receivable menurut M. Munandar, Akuntan adalah sebagai berikut : " Account receivable ialah : tagihan

16)

Zaki Baridwan, Akuntan, Intermediate Accounting, BPF-UGM, Yogyakarta, 1981, halaman 94.

perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan dimintakan pembayarannya jika sudah sampai waktunya. 17)

Selanjutnya yang dimaksudkan dengan tingkat perputaran piutang dagang menurut Alex S. Nitisemito adalah sebagai berikut :

"Tingkat perputaran piutang dagang suatu perusahaan dapat menggambarkan tingkat efisiensi modal perusahaan yang ditanamkan dalam piutang dagang tersebut". 18)

Tingkat perputaran piutang dagang dapat diketahui dengan membagi jumlah penjualan kredit selama periode tertentu yang berasal dari operasi perusahaan dengan jumlah rata-rata piutang dagang.

Sedangkan rata-rata piutang dagang adalah piutang awal ditambah dengan piutang akhir dibagi dengan dua.

17)

M. Munadar, Akuntan, Intermediate Accounting, BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1980, halaman 71.

18)

Alex S. Nitisemito, Op.cit, halaman 103.

BAB III

METODE PENDEKATAN

A. Definisi Operasional

Dalam definisi operasional ini, penulis akan memberikan gambaran tentang judul yang telah dikemukakan terdahulu antara lain :

UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan merupakan salah satu usaha perdagangan Spare Part mesin-mesin industri perkayuan. Komponen-komponen ini dipergunakan untuk menggantikan komponen yang sudah aus/rusak dan habis masa pakainya. Komponen-komponen tersebut seperti spare part mesin-mesin industri, antara lain : Band Saw, Rotary, Lathe, Roller Dryer, Continues Drayer, Minami, Ruckle, Spreader, Cold Press, Hot Press, Panel Sizer, Sande serta Blauwer.

Tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan dapat digambarkan dengan rumus Receivable turnover dan ini akan menggambarkan tingkat efisiensi modal perusahaan yang ditanamkan dalam piutang dagang tersebut.

Makin cepat perputaran piutang dagang, berarti makin tinggi efisiensi modal yang ditanamkan dalam piutang dan sebaliknya makin lambat perputaran piutang makin rendah pula tingkat efisiensi modal yang ditanamkan dalam piutang dagang.

B. Perincian Data Yang Diperlukan

Untuk menganalisis tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan diperlukan data Laporan Keuangan sebagai berikut :

1. Data Penjualan Kredit tahun 1995 dan 1996.
2. Laporan Umur Piutang Dagang tahun 1995 dan 1996.
3. Daftar Mutasi Piutang Dagang tahun 1995 dan 1996.

C. Jangkauan Penelitian

Obyek yang dijadikan penelitian ini adalah UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan yang berlokasi di Komplek Pertokoan Balikpapan Permai Blok B 4-6 Balikpapan.

Sesuai dengan judul penulisan ini maka yang menjadi daerah atau obyek penelitian bagi penyusunan skripsi ini hanya terbatas pada aspek perusahaan yang bersangkutan saja. Hal ini dikarenakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perusahaan sangat banyak macamnya, maka agar dapat terjangkau oleh penulis sasaran yang diambil hanya pada manajemen pembelanjaan saja, yaitu analisis Perputaran Piutang Dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya pengumpulan data, penulis menggunakan dua metode, yakni kepustakaan dan lapangan.

1. Penelitian Kepustakaan. Dalam hal ini, penulis mempelajari buku-buku ilmiah dan sumber lainnya yang dapat mendukung penelitian ini, dengan mengambil pendapat para ahli yang bersifat teoritis yang ada kaitannya dengan tujuan penulisan ini, dan pembahasannya dengan teknik komparatif (perbandingan).
2. Penelitian Lapangan (Field Work Research). Dalam hal penelitian lapangan ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan beberapa teknik yaitu :
 - a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dengan cara mengadakan wawancara langsung kepada pimpinan perusahaan. Membuat daftar pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada pimpinan perusahaan.
 - b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan membaca buku-buku dari perpustakaan dan catatan lainnya yang ada relevansinya dengan penulisan skripsi ini.

E. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Didalam memecahkan masalah, alat analisis yang digunakan adalah tingkat perputaran piutang (receivable turnover) dan budget pengumpulan piutang (receivable collection budget).

Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang adalah tergantung pada syarat pembayarannya, makin lama syarat pembayaran, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang berarti bahwa tingkat perputaran selama periode tertentu adalah makin rendah.

Tingkat perputaran piutang dagang (receivable turnover) dapat diketahui dengan membagi jumlah kredit penjualan selama periode tertentu yang berasal dari operasi perusahaan dengan jumlah rata-rata piutang dagang (average receivable) sebagai berikut :

$$\text{Receivable turnover} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Receivable}} \quad 19)$$

Periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata pengumpulan piutang dapat dihitung dengan membagi tahun dalam hari dengan turnover. Hari rata-rata pengumpulan piutang (Average Collection Period) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut, dimana dalam 1 (satu) tahun adalah 360 hari :

$$\frac{360 \times \text{Average receivable}}{\text{Net Credit Sales}} = \dots \text{ hari } 20)$$

19)

Alex S. Nitisemito, Pembelanjaan Perusahaan, Ghalia Indonesia, 1978, halaman 103.

20)

Ibid, halaman 104.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan

UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan yang terletak di Komplek Pertokoan Balikpapan Permai Blok B.4-6 adalah Usaha Dagang yang bergerak dalam bidang penyalur suku cadang alat-alat berat industri perkayuan seperti : Saw Mill, Playwood, dan particle board. Dengan berbagai merek mesin-mesin antara lain : Uroko, Hon An, Tai Hei dan lainnya.

Sebelum memulai usaha perdagangan ini pada awalnya Bapak Sutanto (Tan Kuong Lie) bekerja pada perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan spare part loging selama \pm 10 tahun di Surabaya. Kemudian pada tahun 1990 Bapak Sutanto mengundurkan diri dari perusahaan dikarenakan perbedaan pandangan dalam menentukan arah bisnis. Tahun 1991 membuka usaha sendiri di Balikpapan dengan nama UD. Cahaya Diesel yang bergerak dalam usaha perdagangan spare part mesin-mesin industri, antara lain : Band Saw, Rotary Lathe, Roller Dryer, Continues Dryer, Minami, Ruckle, Spreader, Cold Press, Hot Press, Panel Sizer, Sande juga Blauwer.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya UD. Cahaya Diesel memiliki Surat Ijin Tempat Usaha Nomor : 69/17.B/Pem/A.5/V/1990, Surat Ijin Usaha Nomor : 010/17-01/PK/II/1989 dan Tanda Daftar Perusahaan Nomor : 171560530.

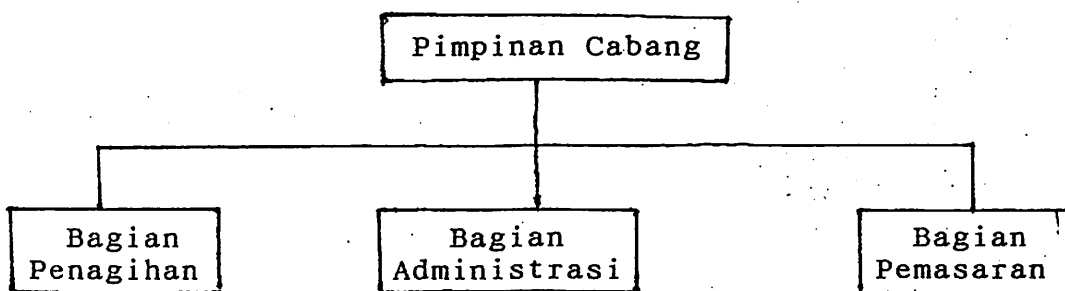
B. Struktur Organisasi UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan

Untuk memperlancar jalannya operasi perusahaan, maka salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah pengorganisasian perusahaan. Organisasi disini dimaksudkan adalah sistematika kerja sama yang dijalankan oleh sekelompok orang-orang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu oleh perusahaan.

Adapun struktur organisasi perusahaan UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan adalah bentuk organisasi garis.

STRUKTUR ORGANISASI

UD. CAHAYA DIESEL CABANG BALIKPAPAN



Sumber : UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

C. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang menentukan maju atau mundurnya perusahaan. Pemasaran untuk wilayah Balikpapan, Samarinda dan Bontang mencakup seluruh perusahaan Saw Mill, Playwood dan Particle Board diantaranya yaitu :

1. PT. ITCI.
2. PT. Sumalindo Lestari Jaya.
3. PT. Segara Timber.
4. PT. Kideco Jaya Agung.
5. PT. Barito Pasific dan lain-lain.

D. Bagian Penagihan (Collection)

Pelaksanaan Penagihan Piutang perusahaan ditangani oleh seksi penagihan (Collection). Dalam hal ini seksi Penagihan mulai melaksanakan penagihannya yaitu setelah lewat 30 hari dari tanggal fakturnya. Ini dilaksanakan terus sampai piutang-piutang perusahaan terbayar.

Mengenai prosedur pemberian kredit dan pelaksanaan penagihan dapat diberikan gambaran sebagai berikut :

1. Setiap pesanan yang diterima dari para pelanggan dan yang akan dibayar secara kredit, setelah diteliti oleh bagian penjualan mengenai keadaan persediaan dan harga, kemudian dimintakan persetujuan kreditnya, kepada kepala seksi Akuntansi dan kepada Pimpinan.

2. Setelah mendapat persetujuan, barang yang dipesan dikirim kelanggan dan faktur asli disimpan oleh bagian Akuntansi.
3. Pada tanggal jatuh tempo pembayaran, bagian akuntansi menyerahkan faktur asli penjualan kepada bagian penagihan untuk selanjutnya ditagih kelanggan.
4. Faktur yang berhasil ditagih, uang hasil tagihannya disetor ke kasir, sedangkan langgan menunda pembayarannya faktur asli dikembalikan kepada bagian akuntansi.

E. Teknik Pengumpulan Piutang.

Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang dilakukan oleh UD. Cahaya Diesel bilamana langgan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan adalah sebagai berikut :

1. Melalui Surat.

Bilamana waktu pembayaran utang dari langgan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran maka UD. Cahaya Diesel mengirim surat dengan nada "mengingatkan (menegur)" langgan yang belum membayar tersebut bahwa utangnya sudah jatuh tempo. Apabila utang tersebut belum juga dibayar setelah beberapa hari surat dikirimkan maka dapat dikirimkan surat kedua yang nadanya lebih keras.

2. Melalui Telepon.

Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata utang-utang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit UD. Cahaya Diesel menelpon langganan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut misalnya langganan mempunyai alasan yang dapat diterima maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan sampai jangka waktu tertentu.

3. Kunjungan Personal.

Teknik pengumpulan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat langganan seringkali dilakukan oleh perusahaan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha pengumpulan piutang.

4. Tindakan Yuridis.

Bilamana ternyata langganan tidak mau membayar utang-utangnya maka perusahaan menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

F. Laporan Keuangan Bagian Kredit.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang perkembangan jumlah piutang perusahaan berikut ini diperlihatkan data-data keuangan yang berkaitan dengan piutang dagang perusahaan sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Penjualan Kredit Tahun 1995 dan 1996 UD.
Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

No.	Bulan	Penjualan Kredit	
		1995	1996
1.	Januari	Rp. 8.800.000,00	Rp. 20.600.000,00
2.	Pebruari	Rp. 5.600.000,00	Rp. 22.800.000,00
3.	M a r e t	Rp. 10.600.000,00	Rp. 31.900.000,00
4.	A p r i l	Rp. 22.500.000,00	Rp. 19.600.000,00
5.	M e i	Rp. 22.600.000,00	Rp. 21.400.000,00
6.	J u n i	Rp. 16.700.000,00	Rp. 30.700.000,00
7.	J u l i	Rp. 30.700.000,00	Rp. 26.200.000,00
8.	Agustus	Rp. 30.500.000,00	Rp. 24.200.000,00
9.	September	Rp. 20.100.000,00	Rp. 27.600.000,00
10.	Oktober	Rp. 35.100.000,00	Rp. 41.800.000,00
11.	Nopember	Rp. 23.100.000,00	Rp. 24.400.000,00
12.	Desember	Rp. 25.500.000,00	Rp. 21.300.000,00
J u m l a h		Rp.251.800.000,00	Rp. 312.500.000,00

Sumber : UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan

Tabel 2. Laporan Umur Piutang Dagang Tahun 1995 UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

No.	Bulan	0 - 30	30 - 60	60 - 90	90 - UP	Total
1	Januari	Rp. 8.800.000	Rp. 12.500.000	Rp. 14.400.000	Rp. 35.100.000	Rp. 70.800.000
2	Pebruari	Rp. 5.600.000	Rp. 7.700.000	Rp. 9.700.000	Rp. 38.200.000	Rp. 61.200.000
3	Maret	Rp. 10.600.000	Rp. 3.700.000	Rp. 4.600.000	Rp. 40.800.000	Rp. 59.700.000
4	April	Rp. 22.500.000	Rp. 10.400.000	Rp. 1.600.000	Rp. 29.000.000	Rp. 63.500.000
5	M e i	Rp. 22.600.000	Rp. 16.600.000	Rp. 5.100.000	Rp. 23.500.000	Rp. 67.800.000
6	J u n i	Rp. 16.700.000	Rp. 17.200.000	Rp. 9.000.000	Rp. 22.300.000	Rp. 65.200.000
7	J u l i	Rp. 30.700.000	Rp. 17.100.000	Rp. 9.300.000	Rp. 14.900.000	Rp. 72.000.000
8	Agustus	Rp. 30.500.000	Rp. 27.200.000	Rp. 8.100.000	Rp. 16.300.000	Rp. 82.100.000
9	September	Rp. 20.100.000	Rp. 31.300.000	Rp. 19.800.000	Rp. 20.700.000	Rp. 91.900.000
10	Oktober	Rp. 35.100.000	Rp. 21.500.000	Rp. 20.200.000	Rp. 27.800.000	Rp. 104.600.000
11	November	Rp. 23.100.000	Rp. 31.900.000	Rp. 11.600.000	Rp. 29.900.000	Rp. 96.500.000
12	Desember	Rp. 25.500.000	Rp. 20.400.000	Rp. 19.300.000	Rp. 30.100.000	Rp. 95.300.000
Jumlah		Rp. 251.800.000	Rp. 217.500.000	Rp. 132.700.000	Rp. 328.600.000	Rp. 930.600.000

Sumber data : UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

Tabel 3. Laporan Umur Piutang Dagang Tahun 1996 UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

No.	Bulan	0 - 30	30 - 60	60 - 90	90 - UP	Total
1	Januari	Rp. 20.600.000	Rp. 20.900.000	Rp. 13.200.000	Rp. 22.600.000	Rp. 77.300.000
2	Pebruari	Rp. 22.800.000	Rp. 17.600.000	Rp. 17.800.000	Rp. 23.600.000	Rp. 81.800.000
3	Maret	Rp. 31.900.000	Rp. 23.400.000	Rp. 13.300.000	Rp. 17.500.000	Rp. 86.100.000
4	April	Rp. 19.600.000	Rp. 27.100.000	Rp. 17.800.000	Rp. 19.800.000	Rp. 84.300.000
5	M e i	Rp. 21.400.000	Rp. 19.500.000	Rp. 19.700.000	Rp. 24.300.000	Rp. 84.900.000
6	J u n i	Rp. 30.700.000	Rp. 21.100.000	Rp. 83.000.000	Rp. 27.800.000	Rp. 162.600.000
7	J u l i	Rp. 26.200.000	Rp. 28.200.000	Rp. 13.100.000	Rp. 25.500.000	Rp. 93.000.000
8	Agustus	Rp. 24.200.000	Rp. 25.800.000	Rp. 23.700.000	Rp. 34.900.000	Rp. 108.600.000
9	September	Rp. 27.600.000	Rp. 25.300.000	Rp. 15.400.000	Rp. 45.100.000	Rp. 113.400.000
10	Oktober	Rp. 41.800.000	Rp. 25.000.000	Rp. 17.500.000	Rp. 49.700.000	Rp. 134.000.000
11	November	Rp. 24.400.000	Rp. 41.700.000	Rp. 20.100.000	Rp. 42.700.000	Rp. 128.900.000
12	Desember	Rp. 21.300.000	Rp. 25.500.000	Rp. 29.600.000	Rp. 45.900.000	Rp. 122.300.000
Jumlah		Rp. 312.500.000	Rp. 301.100.000	Rp. 284.200.000	Rp. 379.400.000	Rp.1.277.200.000

Sumber data : UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

Tabel 4. Daftar Mutasi Piutang Dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan tahun 1995 dan 1996.

KETERANGAN	T A H U N	
	1995 (Rp)	1996 (Rp)
Saldo Awal	62.000.000	69.800.000
Penjualan Kredit	251.800.000	312.500.000
	313.800.000	382.300.000
Penerimaan Penagihan	244.000.000	281.300.000
Saldo Akhir	690.800.000	101.000.000

Sumber : UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis

Analisis ini adalah untuk mengetahui pengendalian tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel Cabang Balikpapan yang menerapkan kebijaksanaan penjualan kredit untuk mempertahankan langganan dan menarik langganan baru.

Sebagaimana kita ketahui bahwa apabila perusahaan, memberikan piutang, maka ada modal yang tertanam dalam piutang tersebut. Tertanamnya modal tersebut baik karena jumlah maupun perputaran dari piutang itu sendiri. Oleh karena itu setiap perusahaan hendaknya berusaha agar piutang yang diberikan itu dibatasi jumlahnya dan perputaran piutangnya dapat diusahakan secepat-cepatnya.

Apabila dalam periode pengumpulan rata-rata piutang lebih panjang dari pada semestinya, hal tersebut akan mengakibatkan sebagai berikut :

1. Dana yang terikat di dalam piutang menjadi lama dan mengganggu kelancaran aliran dana bagi perusahaan.
2. Perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk investasi yang lain dan ini menyebabkan opportunity cost besar, sehingga profitabilitas yang diharapkan oleh perusahaan akan berkurang.

Untuk melihat tingkat perputaran piutang serta periode pengumpulan piutang rata-rata UD. Cahaya Diesel akan dianalisis data selama 2 (dua) tahun, yaitu mulai tahun 1995 sampai tahun 1996.

Analisis tingkat perputaran piutang dan periode pengumpulan piutang rata-rata tahun 1995.

a. Penjualan Kredit	Rp. 251.800.000,00
b. Piutang awal tahun	Rp. 62.000.000,00
c. Piutang akhir tahun	Rp. 69.800.000,00
d. Piutang rata-rata	Rp. 65.900.000,00
e. Banyaknya hari dalam setahun	360 hari.
f. Perputaran piutang (a/d)	3,82 x
g. Periode Pengumpulan rata-rata : (e/f)	94 hari
	(dibulatkan)

Analisis tingkat perputaran piutang dan periode pengumpulan rata-rata tahun 1996.

a. Penjualan Kredit	Rp. 312.500.000,00	
b. Piutang awal tahun	Rp. 69.800.000,00	
c. Piutang akhir tahun	Rp. 101.000.000,00	
d. Piutang rata-rata	Rp. 85.400.000,00	
e. Banyaknya hari dalam setahun		360 hari.
f. Perputaran piutang (a/d)		3,66 x
g. Periode Pengumpulan rata-rata : (e/f)		98 hari
		(dibulatkan)

Dari hasil analisis diatas terlihat bahwa tingkat perputaran piutang mengalami penurunan yaitu dari sebesar 3,83 x pada tahun 1995 menjadi sebesar 3,66 x pada tahun 1996.

Penurunan dalam perputaran piutang ini mengakibatkan periode pengumpulan rata-rata piutang menjadi lebih panjang yaitu dari sebesar 94 hari pada tahun 1995 menjadi sebesar 98 hari pada tahun 1996.

Dari dua indikasi tersebut yaitu penurunan perputaran piutang dan kenaikan periode pengumpulan rata-rata piutang memperlihatkan gambaran bahwa UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan pada tahun 1996 bekerja kurang efektif dan efisien dalam menetapkan kebijaksanaan penjualan kreditnya. Untuk itulah perlu ditempuh upaya-upaya kebijaksanaan penjualan kredit yang lebih baik agar dana modal yang tertanam didalam piutang dagang dapat dikurangi.

Sebagaimana telah dikemukakan oleh Bambang Riyanto dalam bukunya Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan yang menjadi literatur pada penulisan ini, bahwa yang menyangkut kebiasaan langganan untuk membayar perlu dipergunakan kesempatan cash discount.

Kesempatan untuk mendapatkan cash discount inilah yang dianggap dapat meningkatkan perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan.

Perbedaan cara pembayaran ini tergantung pada cara penilaian terhadap mana yang lebih menguntungkan antara beberapa alternatif yang akan diuraikan kemudian.

Selama ini UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan tidak memberikan cash discount dalam penjualan kreditnya, sehingga dicoba dengan alternatif sebagai berikut :

1. Alternatif Pertama

Misalnya UD. Cahaya Diesel menerapkan syarat kredit 2/10/net.60. Apabila dibayar pada hari kesepuluh para langganan akan mendapatkan cash discount 2 %. Apabila dibayar pada hari ke enam puluh para langganan akan membayar bunga 2 % dalam waktu 50 hari dan untuk setahunnya $2/98 \times 360/50 \times 100 \% = 14,7 \%$.

2. Alternatif Kedua

Misalnya UD. Cahaya Diesel menetapkan syarat kreditnya 2/10/net.45. Apabila dibayar pada hari ke sepuluh, para langganan akan mendapatkan cash discount 2 %. Apabila dibayar pada hari keempat puluh lima, para langganan harus membayar bunga 2 % dalam waktu 35 hari dan untuk setahunnya $2/98 / x 360/35 x 100 \% = 21 \%$.

3. Alternatif Ketiga

Misalnya UD. Cahaya Diesel menetapkan syarat kredit 2/10/net.30. Apabila dibayar pada hari ke sepuluh para pelanggan akan mendapatkan cash discount 2 %. Apabila dibayar pada hari ketiga puluh, para pelanggan harus membayar bunga 2 % dalam waktu 20 hari dan untuk setahunnya : $2/98 x 360/20 x 100 \% = 36,7 \%$.

Dari beberapa alternatif di atas terlihat, bahwa semakin panjangnya periode netto, maka semakin rendahnya tingkat bunga tetapi seperti telah diuraikan pada bab terdahulu semakin besar juga resiko-resiko yang ditanggung oleh perusahaan. Tingkat bunga Bank dalam jangka waktu pendek 1,5 % sebulan atau 18 % setahun.

Dengan kredit Bank yang ada tersebut dapat memikat para pelanggan, sehingga dapat membayarnya pada periode discount yaitu pada hari kesepuluh untuk mendapatkan cash discount.

Hal ini akan menguntungkan juga bagi perusahaan oleh karena dapat mempercepat pembayaran piutang dan memperkecil resiko kerugian piutang perusahaan.

Namun tentunya para pelanggan akan mempertimbangkan mana yang lebih menguntungkan, apabila mengambil kredit Bank untuk membayar pada periode discount atau tetap mengambil kredit penjualan dengan membayar pada hari netto, yaitu dengan membandingkan tingkat bunga untuk setiap bulannya dan tingkat discount yang akan diterimanya.

Ternyata alternatif diatas yaitu dengan memberikan cash discount 2 % kurang memikat para pelanggan untuk membayar pada periode discount, oleh karena mengambil kredit Bank dengan membayar bunga 1,5 % sebulan hanya untuk mendapatkan cash discount 2 %, tidak menguntungkan bagi para pelanggan.

Tidak sensitifnya pelanggan terhadap keputusan cash discount akan berakibat meningkatnya biaya kredit dagang. Manfaat dari kredit dagang sebaiknya diukur dengan menggunakan tingkat bunga yang pelanggan mampu memperolehnya dari sumber-sumber lain, seperti bank.

Oleh karena itu perlu diusulkan kepada UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan untuk mempertimbangkan syarat kredit 3/10/net 30.

Sebagaimana perhitungan yang telah dikemukakan diatas, apabila dibayar pada hari ketiga puluh, para pelanggan harus membayar bunga 3 % dalam waktu 20 hari dan untuk setahunnya = $3/97 \times 360/20 \times 100 \% = 55,67 \%$.

Dengan syarat kredit 3/10/net 60 maupun 3/10/net 45 tidak memikat para pelanggan untuk mengambil kredit Bank dan membayar pada periode discount, mengingat tingkat bunga kredit Bank sebulan = 1,5 %, sedangkan tingkat bunga kredit penjualan untuk syarat kredit 3/10/net 60 sebulan $22,2 \% : 12 = 1,85 \%$, dan untuk syarat kredit 3/10/net 45 sebulan $31,8 \% : 12 = 2,65 \%$.

Selisih antara tingkat bunga kredit bank dengan kredit penjualan sebulannya adalah kecil atau kurang menguntungkan, karena para pelanggan masih harus mengeluarkan biaya untuk mendapatkan kredit bank tersebut, sehingga menyebabkan lebih senang membayar pada periode netto dari pada mengambil kredit bank.

Syarat kredit 3/10/net 30 dapat memikat para pelanggan untuk mengambil kredit Bank dan membayar pada periode discount, penjualan karena : Tingkat bunga kredit Bank sebulan = 1,5 %. Tingkat bunga kredit penjualan sebulan = $55,67 \% : 12 = 4,64 \%$.

Para pelanggan dengan membayar bunga kredit bank 1,5 % sebulan akan mendapatkan cash discount 3 %, hal ini menguntungkan para pelanggan itu sendiri.

Dengan syarat kredit 3/10/net 30 dapat mempercepat pembayaran piutang karena atas dasar pengalaman serta taksiran perusahaan diperkirakan 50 % dari para pelanggan akan membayar pada periode discount, sehingga 50 % sisa dari para pelanggan membayar pada hari kesepuluh 48 % dan selebihnya yang 2 % merupakan bad debt. Angka 2 % ini diambil berdasarkan pada pengalaman-pengalaman dari tahun-tahun sebelumnya. Saldo piutang pada akhir tahun 1996 adalah Rp. 101.000.000,00 dengan adanya syarat kredit 3/10/net 30 maka saldo piutang akhir tahun menjadi 2 % x Rp. 312.500.000,00 = Rp. 6.250.000,00 (merupakan bad debt), sehingga piutang rata-rata menjadi :

$$\frac{\text{Rp. 69.800.000,00} + \text{6.250.000,00}}{2} = \text{Rp. 38.025.000,00}$$

Perputaran piutang dari 3,66 x akan naik menjadi

$$\frac{\text{Rp. 312.500.000,00}}{\text{Rp. 38.025.000,00}} = 8,22 \text{ x dan periode pengumpulan rata-}$$

$$\text{rata menjadi lebih pendek yaitu} = \frac{360}{8,22} = 44 \text{ hari.}$$

B. Pembahasan

Pengaruh kebijaksanaan kredit terhadap penjualan dan pengumpulan piutang tergantung dari ada atau tidaknya cash discount, oleh karena itu dengan mempertimbangkan syarat kredit 3/10/net 30 diharapkan para pelanggan dapat memanfaatkan cash discount yang diberikan oleh UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan.

Jika perputaran piutang naik menjadi 8,22 x, maka piutang rata-rata turun sebesar Rp. 47.375.000,00 (Rp. 85.400.000,00 - Rp. 38.025.000,00). Dengan demikian maka dana yang tidak terikat lagi dalam piutang adalah sebesar Rp. 47.375.000,00 yang dapat dimanfaatkan untuk investasi lain dari perusahaan.

Atas dasar tingkat bunga deposito yang berjangka 1 (satu) bulan sebesar 18 % (tarif bank) maka opportunity cost yang hilang dari discount yang diberikan adalah $0,03 \times 0,50 \times \text{Rp. } 312.500.000,00 = \text{Rp. } 4.687.500,00$ dan opportunity saving yang diperoleh adalah $0,18 \% \times \text{Rp. } 47.375.000,00 = \text{Rp. } 8.527.500,00$.

Sebagai akibat diadakannya cash discount sebesar 3 % maka laba UD. Cahaya Diesel akan berkurang sebesar Rp. 4.687.500,00 untuk biaya discount, namun dari diadakannya cash discount 3 % ini, yaitu dengan syarat 3/10/net 30 ternyata opportunity saving yang timbul dari percepatan penagihan adalah sebesar Rp. 8.527.500,00 yang mana jumlah tersebut lebih besar dari pada opportunity cost.

Dari kebijaksanaan penjualan kredit yang telah dilakukan yaitu pemberian cash discount, maka perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel naik menjadi 8,22 x sehingga dana yang terikat didalam piutang dapat dikendalikan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah mengadakan analisis dan pembahasan dari data yang diperoleh, maka dapatlah diambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyalur alat-alat berat industri perkayuan dengan berbagai merk mesin seperti : Uroko, Hong An, Tai Hei dan lainnya.
2. Dari hasil analisis tingkat perputaran piutang dagang tahun 1995 adalah 3,82 kali, sedangkan periode pengumpulan rata-rata 94 hari. Untuk tahun 1996, perputaran piutang adalah 3,66 x dan periode pengumpulan rata-rata 98 hari. Jadi bila diadakan perbandingan, ternyata tingkat perputaran piutang pada tahun 1995 lebih cepat jika dibandingkan dengan tahun 1996, begitu pula dengan pengumpulan rata-rata adalah lebih pendek jangka waktunya.

3, Sebagai akibat diadakannya cash discount sebesar 3 % maka laba perusahaan akan berkurang sebesar Rp. 4.687.500,00 untuk biaya discount, namun dari diadakannya cash discount dengan syarat 3/10/net 30, ternyata opportunity saving yang timbul dari percepatan penagihan adalah sebesar Rp. 8.527.500,00 yang mana jumlah tersebut lebih besar dari pada opportunity cost. Dari cash discount Rp. 4.687.500,00 maka perputaran piutang naik menjadi 8,22 x sehingga dana yang terikat didalam piutang dapat dikendalikan.

B. Saran-saran

1. Sebaiknya UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan memberikan discount kepada para pelanggan, agar terdapat keinginan membayar oleh para pelanggan pada periode tersebut.

Seperti telah dikemukakan dalam perhitungan, syarat 3/10/net 30 akan dapat memikat para pelanggan, karena pembayaran pada periode discount cukup menguntungkan. Hal ini disebabkan karena tingkat bunga kredit bank jauh lebih rendah dari tingkat bunga penjualan yaitu :

- bunga bank sebulan 1,5 %
- bunga kredit penjualan sebulan 4,64 %

Jadi keuntungan pelanggan adalah sebesar 3,14 %.

2. Disarankan perusahaan supaya meningkatkan penagihan yang lebih efektif dengan seringkali mengadakan kunjungan atau telepon kepada pelanggan yang seringkali menunggak pembayaran utangnya. Dengan demikian usaha meningkatkan tingkat perputaran piutang dagang UD. Cahaya Diesel cabang Balikpapan dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- ALEX S. NITISEMITO S, 1977, *Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- BAMBANG RIYANTO, 1990, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Ketiga, Cetakan Kedua Belas, Penerbit Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- BAKER, GLOS, 1959, *Introduction to Business*, Fourth Edition, South Westeon Publishing Company, Cincinati, Ohio.
- BAMBANG SUWARTOJO, 1982, *Modal Kerja*, Cetakan Kedua, Seri Perusahaan Kecil, Penerbit Balai Aksara, Jakarta.
- INDRIYONO, 1980, *Manajemen Keuangan*, Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- RA. RACHMAN PRAWIRAAMIDJADJA, 1971, *Capita Selecta Ekonomi Perusahaan*, Penerbit Alumni, Bandung.
- TERRY, GR. 1970, *Principle of Management*, Disadur oleh Winardi Edisi Kedua, Alumni Bandung.
- WESTON J.F. and BRIGHAM, 1981, *Managerial Finance*, A. Division of Holt, Rinebart and Winston, Publisher. The Dryden Press.
- WINARDI, 1980, *Kamus Ekonomi*, Penerbit Alumni, Bandung.