

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Laporan Keuangan

Laporan keuangan bertujuan memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Laporan keuangan menyajikan informasi mengenai perusahaan yang meliputi:

- a) Asset
- b) Kewajiban
- c) Ekuitas
- d) Pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian
- e) Arus kas

Komponen Laporan keuangan yaitu terdiri dari:

- a) Neraca
- b) Laporan Laba Rugi
- c) Laporan perubahan ekuitas

- d) Laporan arus kas
- e) Catatan atas laporan keuangan

a) **Neraca**

Neraca adalah laporan yang menggambarkan posisi keuangan dari suatu perusahaan yang meliputi aktiva, kewajiban dan ekuitas pada suatu saat tertentu.

Posisi Neraca Keuangan terdiri atas Dua (2) pos yaitu Aktiva (Aset) dan Pasiva. Dua pos tersebut terdiri atas 3 unsur yang terdiri atas aset (aktiva), dan pada pos Pasiva terdiri atas kewajiban atau hutang (liabilitas), dan ekuitas atau modal (*equity*). ketiganya dihubungkan dengan prinsip persamaan dasar akuntansi berikut:

$$\text{Aktiva} = \text{Kewajiban (Utang)} + \text{Modal}$$

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2007:1.7) menyatakan bahwa dalam neraca harus disebutkan:

- Entitas bisnis menyajikan aktiva lancar terpisah dari aktiva tidak lancar dan hutang (kewajiban) jangka pendek terpisah dari hutang (kewajiban) jangka panjang terkecuali pada industri atau jenis usaha tertentu yang diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan khusus. Aktiva lancar disajikan dengan menurut pada urutan likuiditas (kelancaran) dan sedangkan utang atau kewajiban disajikan berdasarkan urutan jatuh tempo
- Entitas binsis wajib mengungkapkan informasi nominal jumlah tiap aktiva yang akan diterima serta utang (kewajiban) yang dibayar sebelum dan sesudah 1 tahun (12 bulan) dari tanggal neraca.
- Jika perusahaan (entitas bisnis) menyediakan barang dan jasa didalam siklus operasional perusahaan yang bisa diidentifikasi dengan jelas, maka klasifikasi aktiva lancar dan tidak lancar serta utang jangka pendek dan utang jangka panjang dalam sebuah neraca memberi informasi yang bermanfaat dgn membedakan

aktiva bersih sebagai modal kerja dengan aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan jangka panjang

Beberapa informasi yang disajikan dalam neraca:

- (1) Asset berwujud
- (2) Asset tidak berwujud
- (3) Asset keuangan
- (4) Persediaan
- (5) Investasi yang diperlakukan menggunakan metode ekuitas
- (6) Piutang usaha dan piutang lainnya
- (7) Kas dan setara kas
- (8) Utang usaha dan utang lainnya
- (9) Kewajiban yang diestimasi
- (10) Kewajiban berbunga jangka panjang
- (11) Hak minoritas
- (12) Modal saham dan pos ekuitas lainnya.

b) Laporan Laba Rugi

Laporan laba-rugi adalah laporan keuangan yang menyajikan pendapatan dan beban suatu perusahaan pada periode tertentu.

Laporan Rugi Laba akan menggambarkan sumber-sumber penghasilan yang diperoleh oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, serta jenis - jenis biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan - kegiatan perusahaan. Dengan

melihat atau memperhatikan selisih antara pendapatan (*revenues*) dengan biaya (*expenses*), di sini akan dapat ditetapkan berapa jumlah laba atau kerugian yang didapat perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Isi dari laporan laba rugi adalah terdiri dari dua unsur, yaitu:

(1) *Revenue* (hasil) atau pendapatan.

Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan perusahaan seperti penjualan barang dagangan, memberikan jasa kepada langganan, sewa dari hak milik, meminjamkan uang dan lain pekerjaan yang mengarah untuk mendapatkan hasil

(2) *Expenses* (beban-beban).

Beban adalah penurunan manfaat ekonomis selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus kas keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan equitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal

2. Aktiva

Menurut Djarwanto PS (2001:15) pengertian aktiva adalah sebagai berikut:

“Aktiva merupakan bentuk dari penanaman modal perusahaan, bentuk-bentuknya dapat berupa harta kekayaan atau hak atas kekayaan atau jasa yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan.”

Menurut Mamduh M.Hanafi (2003:24) pengertian aktiva adalah:

“Aktiva adalah sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan darinya manfaat ekonomi dimasa depan diharapkan akan diraih oleh perusahaan.”

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa aktiva adalah bentuk dari penanaman modal perusahaan, bentuk-bentuknya dapat berupa harta kekayaan, dan diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dimasa yang akan datang.

Menurut Zaki Baridwan (2004:20) aktiva dibagi menjadi tiga yaitu:

- a. Aktiva lancar
Aktiva lancar adalah mencakup uang kas,aktiva lainnya, atau sumber lainnya yang diharapkan dapat direalisir atau dicairkan menjadi uang kas atau dijual selama jangka waktu yang normal
- b. Aktiva tetap
Aktiva tetap adalah aktiva berwujud yang diperoleh dalam bentuk siap pakai atau dengan dibangun terlebih dahulu, yang digunakan dalam operasi perusahaan, tidak dimaksudkan untuk dijual dalam rangka kegiatan normal
- c. Aktiva lain-lain
Aktiva lain-lain adalah aktiva-aktiva yang tidak dapat dimasukkan dalam kelompok-kelompok lain seperti misalnya titipan kepada penjual untuk menjamin kontrak, bangunan dalam pengerjaan, piutang-piutang jangka panjang, uang muka pada pejabat perusahaan dan lain-lain.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa piutang adalah bagian dari aktiva lancar, tagihan atas segala sesuatu yang merupakan hak perusahaan yang penyelesaiannya dilakukan dengan penerimaan sejumlah uang.

3. Piutang

a. Pengertian Piutang

Pengertian Piutang menurut Iman Santoso (2007:199), piutang merupakan segala bentuk tagihan atau klaim perusahaan kepada pihak lain yang pelunasannya dapat dilakukan dalam bentuk uang, barang, maupun jasa.

Pengertian Piutang menurut Rudianto (2012:210), piutang adalah klaim perusahaan atas uang, barang, atau jasa kepada pihak lain akibat transaksi di masa lalu.

Pengertian Piutang menurut Kieso, Weygandt, Warfield yang diterjemahkan oleh Herman Wibowo (2002:319) *Receivable are claims held against customers and others for money, goods or services* atau piutang adalah klaim uang, barang atau jasa kepada pelanggan atau pihak-pihak lainnya.

Menurut Zaki Baridwan (2004:124), piutang dagang menunjukkan piutang yang timbul dari penjualan barang-barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan di mana dalam keadaan normal perusahaan, biasanya piutang dagang akan dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun.

Penjelasan definisi di atas diketahui bahwa piutang secara luas diartikan sebagai tagihan atas segala sesuatu hak perusahaan, baik berupa uang, barang, maupun jasa atas pihak ketiga, setelah perusahaan melaksanakan kewajibannya, sedangkan secara sempit, piutang diartikan

sebagai tagihan yang hanya dapat diselesaikan dengan diterimanya uang di masa yang akan datang.

b. Manfaat Penjualan Kredit

Gunawan Adisaputra (2003: 43) mengemukakan manfaat penjualan kredit, antara lain:

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

Dari beberapa manfaat tersebut, dapat diuraikan bahwa dengan penjualan kredit, dapat membuat pelanggan mempertimbangkan kembali untuk membeli meskipun dengan harga yang tak terjangkau, yang kemudian dapat menarik pelanggan untuk membeli barang lebih dari satu, dan disamping itu penjualan kredit juga merupakan cara untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

c. Pengklasifikasian Piutang

Piutang terdiri atas beberapa jenis, yaitu :

1. Piutang Usaha (account receivable)

Piutang usaha 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.

Menurut Skousen dan Stice (2001:361) piutang usaha adalah piutang yang dihubungkan dengan aktivitas operasi normal sebuah bisnis, yaitu penjualan kredit barang atau jasa untuk pelanggan.

2. Wesel Tagih (notes receivable)

Wesel Tagih 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).

Menurut Skousen dan Stice (2001:361) piutang wesel adalah piutang yang diterbitkan oleh janji tertulis formal untuk membayar sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu.

3. Piutang lain-lain (other receivable)

Piutang lain-lain adalah mencakup selain piutang dagang. Contoh: piutang bunga, piutang gaji, uang muka karyawan, dan restitusi pajak. Secara umum bukan berasal dari kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, piutang jenis ini diklasifikasikan dan dilaporkan pada bagian yang secara terpisah di neraca.

Menurut Skousen dan Stice (2001:362) piutang lain-lain adalah piutang apapun yang muncul dari transaksi yang tidak secara langsung berhubungan dengan aktivitas operasi normal sebuah bisnis.

d. Faktor – faktor yang mempengaruhi besarnya piutang

Menurut Sutrisno (2008:55) Besar kecilnya piutang dipengaruhi beberapa faktor, yaitu :

1. Ketentuan Tentang Batas Kredit (Plafon Kredit)
 Pada sistem penjualan kredit, masing – masing pelanggan akan diberikan batas maksimal kredit yang bisa diambil (plafon kredit) untuk masing – masing pelanggan tidak harus sama, tergantung dari besarnya usaha yang dimiliki oleh pelanggan dan tingkat kepercayaan perusahaan kepada pelanggan. Semakin besar plafon kredit yang diberikan untuk pelanggan semakin besar investasi untuk piutang.
2. Kebiasaan Pembayaran Pelanggan
 Seperti disebutkan di atas, bahwa dalam syarat pembayaran biasanya menawarkan diskon atau potongan bila dibayar lebih awal. Apabila kebiasaan pelanggan dalam membayar memanfaatkan masa diskon (*discount period*), maka investasi pada piutang semakin sedikit. Tetapi bila kebiasaan pelanggan membayar saat jatuh tempo investasi pada piutang semakin besar.
3. Kebijakan dalam Penagihan Piutang
 Kebijakan dalam penagihan piutang, secara aktif maupun pasif, dapat dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang menjalankan kebijakan aktif dalam menagih piutang, akan mempunyai pengeluaran dana yang lebih besar untuk membiayai aktivitas ini, namun dapat memperkecil resiko tidak tertagihnya piutang. Perusahaan juga berharap agar pelanggan menyetor pembayaran hutang tepat waktu. Kebijakan ini ditempuh dengan cara menagih secara langsung maupun memberi peringatan dengan mengirim surat kepada pelanggan.

Selain dari beberapa faktor-faktor tersebut diatas, faktor lain yang mempengaruhi besarnya piutang yaitu volume penjualan kredit, semakin besar volume penjualan kredit, makin besar investasi yang tertanam dalam Piutang dan Syarat pembayaran (termin), semakin lama masa kredit, semakin besar investasinya.

e. **Manajemen Piutang**

Piutang di sini adalah yang timbul karena adanya transaksi penjualan secara kredit oleh perusahaan kepada pelanggannya. Untuk dapat mempertahankan pelanggan-pelanggan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik pelanggan-pelanggan yang baru, perusahaan pada umumnya melakukan penjualan secara kredit. *Credit term* atau persyaratan-persyaratan kredit mungkin berbeda dari satu jenis usaha dengan jenis usaha lainnya, tetapi untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama, biasanya memberikan atau memperlakukan pada pelanggan dengan persyaratan-persyaratan kredit yang sama atau tidak terlalu jauh berbeda satu sama lain. Tetapi tentu saja dalam hal ini masih terdapat pengecualian-kecualian karena sering kali supplier memberikan persyaratan kredit yang lunak kepada pelanggan-pelanggan tertentu, baik dalam rangka membantu pelanggan tersebut maupun untuk menariknya agar mau menjadi pelanggan tetap perusahaan.

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

Pos piutang dalam neraca pada umumnya merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar dan oleh karenanya perlu mendapat perhatian yang cukup serius, agar perkiraan piutang ini dapat dikelola dengan cara yang seefisien mungkin.

1) Kebijakan Kredit

Kebijakan penjualan kredit merupakan standar faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya resiko atas tertagihnya piutang yang dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan. Pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang pelanggan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut. Perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan tetapi juga penerapan standar tersebut secara tepat dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Sumber-sumber informasi dan analisa-analisa kredit merupakan suatu hal yang penting bagi keberhasilan manajemen piutang perusahaan. Penerapan yang tepat dari kebijakan yang tidak tepat, tidak akan dapat memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan.

Menurut Lukman Syamsuddin (2007:256) Kebijakan kredit terdiri atas 4 variabel yaitu:

- a) Standar kredit
- b) Credit term

- c) Credit collection policy (Kebijakan pengumpulan piutang)
- d) Monitoring accounts receivables

a) Standar Kredit

Standar kredit merupakan standar yang menetapkan kemampuan keuangan minimum dari calon pelanggan, agar dapat memperoleh pembelian secara kredit. Penetapan standar kredit memerlukan pengukuran atas kualitas kredit (*credit quality*) yaitu probabilitas terjadinya penunggakan oleh pelanggan.

Metode yang digunakan perusahaan untuk mengukur kualitas kredit:

- (1) *Five C of Credit (5C)*
- (2) *Sources of credit information*, dan
- (3) *Using standard to grant credits*

(1) Five C of credit (5C)

- (a) *Character* : aspek ini menggambarkan keinginan atau kemauan pada pembeli untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh penjual. Pola-pola pembayaran utang pada masa lalu dapat dijadikan pedoman yang sangat berguna dalam menilai karakter seorang calon pelanggan.
- (b) *Capacity* : Menggambarkan kemampuan seorang langganan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya. Suatu estimasi yang

dianggap cukup baik dapat diperoleh dengan menilai posisi likuiditas dan proyeksi cashflow dari calon pelanggan.

- (c) *Capital* : Menunjuk 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 pelanggan.
- (d) *Collateral* : Menggambarkan jumlah aktiva yang dijadikan sebagai barang jaminan oleh calon pelanggan. Akan tetapi biasanya hal ini bukanlah merupakan pertimbangan yang sangat penting karena tujuan perusahaan dalam memberikan kredit bukanlah untuk menyita dan kemudian menjual aktiva langganan, tetapi tekanannya adalah pada pembayaran kredit yang diberikan pada waktu yang sudah ditetapkan.
- (e) *Conditions* : menunjuk kepada keadaan ekonomi secara umum dan pengaruhnya atas kemampuan perusahaan calon pelanggan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

(2) Sources of credit information

Ada 2 sumber informasi eksternal yang tersedia.

- (a) Dengan mengadakan pertemuan kelompok lokal dan dengan surat menyurat, pengalaman berhubungan dengan debitor dipertukarkan melalui asosiasi para pemberi kredit.

(b) Suatu biro pelaporan kredit (di Indonesia). Salah satu biro yang paling terkenal di AS adalah Dun & Bradstreet.

Sumber informasi kredit lainnya adalah bank-bank komersial dimana para pelanggan berhubungan. Walaupun bank tidak dapat memberikan data tentang jumlah simpanan dan pinjaman para nasabahnya, akan tetapi beberapa informasi umum dapat diperoleh. Biasanya bank akan mencantumkan jumlah deposito atau rekening gironya atau pinjaman dalam bentuk jumlah angka (misalnya enam angka menengah).

(3) Using standard to grant credits

Perusahaan yang memiliki banyak pelanggan sering kali menggunakan cara-cara statistik untuk menentukan kualitas pelanggan dengan memberi nilai (skor) tertentu pada pelanggan. Skor ini akan menunjukkan kemungkinan seseorang pelanggan membayar hutangnya. Misalnya, skor 1 adalah bagi pelanggan yang memiliki kemungkinan hutangnya macet sebesar di bawah 10%, skor 2 kemungkinan macet sebesar 10% sampai 20%, skor 3 kemungkinan macet antara 20% sampai 30% dan seterusnya. Pelanggan-pelanggan tersebut dikelompokkan dalam skornya masing-masing, sehingga perusahaan akan mudah dalam memprediksi kemungkinan piutangnya macet.

b) *Credit Term*

Credit term atau persyaratan kredit adalah kondisi yang diisyaratkan

untuk pembayaran kembali piutang dari para pelanggan. Kondisi tersebut meliputi:

(1) *Credit period*

Yaitu jangka waktu yang diberikan kepada pelanggan (misal 30, 60 atau 90 hari, tergantung dari barang dan pelanggannya).

Perubahan dalam periode kredit akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengaruh-pengaruh berikut ini diperkirakan akan terjadi bilamana perusahaan memperpanjang periode kredit yang diberikan.

Perpanjangan periode kredit akan meningkatkan volume penjualan, tetapi baik rata-rata pengumpulan piutang maupun kerugian piutang atau bad debt expenses juga akan meningkat. Dengan demikian peningkatan volume penjualan akan mempunyai pengaruh positif atas keuntungan perusahaan, sedangkan peningkatan rata-rata pengumpulan piutang dan kerugian piutang akan membawa pengaruh negative bagi keuntungan perusahaan.

(2) *Cash discount*

Yaitu pengurangan harga barang yang diberikan untuk mendorong pelanggan agar membayar lebih cepat (misal 2/10 net 30).

Bilamana perusahaan memberikan atau memperbesar potongan tunai dalam penjualan kredit yang dilakukan, maka dapat diperkirakan akan terjadi perubahan-perubahan seperti pada volume penjualan yang akan meningkat, karena dengan adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam waktu 10 hari, maka harga dari produk yang dibeli

perusahaan pembeli akan lebih murah. Bilamana permintaan terhadap produk perusahaan cukup elastic, maka penurunan harga tersebut akan diikuti oleh meningkatnya permintaan dan dengan demikian volume penjualan juga meningkat.

Pembeli-pembeli yang tadinya tidak mengambil atau tidak mendapatkan potongan tunai, sekarang dapat mengambil potongan tunai tersebut. Dengan adanya pembayaran yang lebih awal, maka jangka waktu rata-rata pengumpulan piutang pun akan berkurang dan dengan demikian, probabilitas dari kerugian piutang atau *bad debt expenses* akan menurun dan akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan.

Aspek negative dari adanya potongan tunai adalah menurunnya keuntungan per unit dari produk yang dijual, bilamana semakin banyak pembeli yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut berarti keuntungan produk yang dijual akan menurun.

c) *Credit collection policy* (Kebijakan pengumpulan piutang)

Credit collection policy adalah prosedur yang harus dijalankan untuk memperoleh pembayaran atas piutang atau kredit yang telah jatuh tempo. Sebagian dari keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijaksanaan pengumpulan piutangnya, dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang atau *bad debt expenses*, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya tergantung pada kebijaksanaan pengumpulan piutang

tetapi juga kepada kebijaksanaan-kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

Perusahaan haruslah agresif dalam usaha-usaha mengumpulkan piutang dari para pelanggan. Dengan semakin intensifnya usaha-usaha pengumpulan piutang, maka dapat diharapkan akan dapat menurunkan jumlah kerugian piutang dan akan mempunyai pengaruh positif atas keuntungan perusahaan.

Menurut Lukman Syamsuddin (2007:273), beberapa teknik pengumpulan piutang, yang biasanya dilakukan oleh perusahaan bilamana pelanggan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan, adalah sebagai berikut:

1. Melalui surat. Bilamana waktu pembayaran utang dari pelanggan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran, maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada “mengingatkan” (menegur) pelanggan 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 dapat menelpon pelanggan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut ternyata misalnya pelanggan mempunyai alasan yang tepat dapat diterima maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan sampai suatu jangka waktu tertentu.
3. Kunjungan personal. Teknik pengumpulan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat pelanggan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha pengumpulan piutang.
4. Tindakan yuridis. Bilamana ternyata pelanggan tidak mau membayar utang-utangnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang aktif dan pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran yang lebih besar untuk membiayai aktifitas pengumpulan piutang dari perusahaan dengan kebijakan pengumpulan piutang pasif. Dengan aktifnya melakukan pengumpulan piutang maka investasi dalam piutangnya akan lebih kecil. Perusahaan akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang jika biaya yang dikeluarkan tidak melampaui tambahan pendapatan karena usaha tersebut.

d) **Monitoring accounts receivables**

Berikut beberapa cara agar dapat memonitor piutang perusahaan adalah:

(1) *Days Outstanding* atau Jumlah Hari Piutang Tak Tertagih

Days sales outstanding (DSO) atau jumlah hari piutang tak tertagih, mengukur waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menerima uang tunai dari suatu penjualan kredit. Rumus DSO sering disebut *Average Collection Period* (ACP) adalah:

$$\text{DSO atau ACP} = \frac{\text{Piutang}}{\text{Penjualan tahunan}/360}$$

(2) Aging Schedule

Aging schedule adalah memecah piutang dengan dasar usia pinjamannya. Daftar umur piutang adalah suatu daftar mengenai saldo-saldo piutang pada buku tambahan piutang pada suatu tanggal tertentu. Daftar ini memberikan saldo piutang setiap pelanggan dan dibagi dalam

kelompok umur yang berbeda. Istilah kelompok umur di sini merupakan periode waktu di mana piutang terjadi sejak waktu penjualan.

Dari daftar ini dapat diketahui keadaan komposisi piutang perusahaan secara umum dan juga secara individu. Daftar ini juga dapat mengetahui langganan yang lambat dalam pembayaran. Dengan demikian, perusahaan harus menyelidikinya untuk memastikan bahwa syarat-syarat kredit yang telah ditetapkan dapat berjalan dengan baik, demikian halnya juga dengan usaha penagihan.

(3) Pola Pembayaran Piutang

Cara ini dapat digunakan untuk memonitor pola pembayaran piutang, sehingga dapat diketahui piutang yang sudah tertagih dan belum tertagih. Berdasarkan pola pembayaran piutang ini maka kita dapat memonitor piutang yang sudah tertagih dan yang belum tertagih. Hal ini dapat membantu memperkecil adanya kredit macet karena semua dapat diantisipasi melalui pola yang ada.

f. Piutang tidak tertagih

Menurut Kieso (2008:350) piutang tak tertagih adalah kerugian pendapatan yang memerlukan ayat pencatatan yang tepat dalam perkiraan harta serta penurunan yang berkaitan dalam laba dan ekuitas pemegang saham”.

Menurut Stice (2004:417), piutang tak tertagih adalah piutang yang nyata-nyata tidak dapat ditagih karena penjualan secara kredit, yang merupakan kerugian bagi kreditur.

Piutang tak tertagih merupakan suatu kerugian bagi perusahaan dan kerugian ini harus dicatat sebagai beban (*expence*), yaitu sebagai beban piutang tak tertagih (*bad debt expense*), yang disajikan dalam laporan laba rugi.

Setiap penjualan kredit memiliki risiko kerugian piutang, karena adanya piutang yang tidak tertagih. Ketika piutang dagang menjadi tidak tertagih, suatu perusahaan membebaskan kerugian penghapusan piutang dagang. Kerugian ini diakui sebagai biaya dari perusahaan sehingga dikelompokkan sebagai biaya penjualan. Menurut S. Munawir (2007: 258) berpendapat bahwa: Semakin besar *Day's Receivable* suatu perusahaan semakin besar pula risiko kemungkinan tidak tertagihnya piutang. Dan kalau perusahaan tidak membuat cadangan terhadap kemungkinan kerugian yang timbul karena tidak tertagihnya piutang (*Allowance For Bad Debt*), berarti perusahaan telah memperhitungkan labanya terlalu besar (*Overstated*).

Risiko kerugian piutang terdiri dari beberapa macam yaitu :

- 1) Risiko tidak dibayarnya seluruh tagihan (piutang).

Risiko ini terjadi jika jumlah piutang tidak dapat direalisasikan sama sekali. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya karena seleksi yang kurang baik dalam memilih langganan sehingga perusahaan memberikan kredit kepada langganan yang tidak potensial

dalam membayar tagihan, juga dapat terjadi adanya stabilitas ekonomi dan kondisi negara yang tidak menentu sehingga piutang tidak dapat dikembalikan.

2) Risiko tidak dibayarnya sebagian piutang.

Hal ini akan mengurangi pendapatan perusahaan, bahkan bisa menimbulkan kerugian bila jumlah piutang yang diterima kurang dari harga pokok barang yang dijual secara kredit.

3) Risiko keterlambatan pelunasan piutang.

Hal ini akan menimbulkan adanya tambahan dana atau untuk biaya penagihan. Tambahan dana ini akan menimbulkan biaya yang lebih besar apabila harus dibelanjai oleh pinjaman.

4) Risiko tidak tertanamnya modal dalam piutang.

Risiko ini terjadi karena adanya tingkat perputaran piutang yang rendah sehingga akan mengakibatkan jumlah modal kerja yang tertanam dalam piutang semakin besar dan hal ini bisa mengakibatkan adanya modal kerja yang tidak produktif.

1) Metode Pengakuan Piutang Tak Tertagih

Tidak ada satupun ketentuan umum yang merupakan pedoman untuk menentukan kapan suatu piutang tak tertagih. Kenyataannya bahwa seorang debitur gagal untuk membayar kewajibannya. Jika debitur tersebut bangkrut barulah ada petunjuk pasti bahwa sebagian atau seluruh piutang terhadap debitur tersebut tidak dapat tertagih.

Piutang yang telah ditetapkan sebagai piutang tak tertagih bukan merupakan aktiva lagi, oleh karena itu harus dikeluarkan dari pos piutang dalam neraca. Piutang tak tertagih merupakan suatu kerugian, dan kerugian ini harus dicatat sebagai beban (*expense*), yaitu beban piutang tak tertagih (*bad debt expense*), yang disajikan dalam laporan laba rugi. Semua penghapusan ini harus dicatat dengan tepat dan teliti karena berhubungan langsung dengan laporan keuangan yang digunakan manajemen dalam mengambil keputusan.

Untuk pengakuan kerugian dari piutang tak tertagih biasanya digunakan dua metode yaitu:

- (1) Metode cadangan, yang mengakui rugi piutang tak tertagih pada periode penjualan kredit yang sedang berjalan dengan cara menaksir dan bukan pada saat periode dihapusnya piutang.
- (2) Metode langsung, atau metode penghapusan langsung yang mengakui rugi pada saat telah terjadi penghapusan piutang dengan mendebit Biaya Piutang tidak tertagih dan mengkredit Piutang Usaha, namun metode ini hanya diperbolehkan apabila jumlahnya tidak material.

Table 2.1
Perbedaan Perlakuan Akuntansi Atas Penghapusan Piutang Tak Tertagih

Kondisi	Metode Langsung	Metode Penyisihan
Pengakuan piutang	Piutang usaha Penjualan	Piutang usaha Penjualan
Menaksir kerugian akibat piutang tak	-	Beban kerugian piutang Cadangan kerugian piutang

tertagih		
Pelunasan piutang	Kas Piutang Usaha	Kas Cadangan Kerugian Piutang Piutang Usaha
Piutang dihapuskan dari pembukuan	Beban Kerugian piutang Piutang Usaha	Cadangan kerugian piutang Piutang Usaha
Pelunasan piutang yang sebelumnya dihapuskan	Kas Pendapatan lain	Piutang usaha Cadangan kerugian piutang
Jurnal Penyesuaian	Beban Kerugian Piutang Piutang Dagang	Beban Kerugian Piutang Cadangan kerugian piutang

Sumber: Dwi Martani, dkk – Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK (2012)

Catatan: Penerimaan kemudian atas piutang yang diberikan yang telah dihapusbukukan sebelumnya, jika pada periode berjalan, dikreditkan dengan menyesuaikan pada akun penyesuaian, sedangkan jika setelah tanggal laporan posisi keuangan, dikreditkan sebagai pendapatan lainnya.

2) Menentukan Besarnya Cadangan Kerugian Piutang

Untuk metode cadangan penaksiran jumlah piutang yang tidak dapat ditagih dilakukan pada akhir periode ketika perusahaan akan menyusun laporan keuangan untuk digunakan pada periode tersebut. Menurut PSAK 55 (Revisi 2011), ada dua dasar yang biasa digunakan untuk menentukan jumlah kerugian piutang tak tertagih, yaitu:

a) Pendekatan Laporan Laba.

Pada pendekatan ini, perhitungan taksiran piutang tak tertagih mendasarkan pada penjualan selama satu periode pelaporan. Untuk

memperoleh jumlah taksiran biasanya dilakukan dengan cara mengalikan prosentase tertentu, dengan jumlah penjualan pada periode tersebut. Untuk memperoleh prosentase piutang tak tertagih dengan menggunakan cara menghitung perbandingan piutang yang tak tertagih atau yang dihapus dengan jumlah penjualan tahun lalu kemudian tinggal disesuaikan dengan periode yang berjalan. Secara logika piutang tak tertagih muncul karena penjualan kredit, oleh karena itu akan lebih baik jika piutang tak tertagih dihitung dengan menggunakan dasar penjualan kredit. Namun pada praktiknya pemisahan antara penjualan kredit dan debit dapat menimbulkan pekerjaan tersendiri, maka untuk praktisnya prosentase piutang tak tertagih bisa menggunakan dasar jumlah penjualan periode berjalan.

Contoh: Penjualan kredit tahun 2013 adalah Rp 20.000.000 Berdasarkan pada pengalaman tahun-tahun sebelumnya manajemen menaksir risiko piutang tak tertagih adalah 5% dari jumlah penjualan kredit, sehingga biaya piutang tak tertagih untuk tahun 2013 adalah Rp 1.000.000 ($5\% \times 20.000.000$). Jurnal penyesuaian untuk mencatat taksiran tersebut pada akhir tahun 2013 adalah:

Beban piutang tak tertagih	1.000.000	
		Cadangan piutang tak tertagih
		1.000.000

Pendekatan laporan laba tidak memperhatikan saldo rekening cadangan piutang tak tertagih sebelum penyesuaian, meskipun mungkin

ada sisa saldo pada rekening cadangan piutang tak tertagih yang berasal dari periode sebelumnya.

b) Pendekatan neraca atau laporan posisi keuangan

Pada pendekatan ini, cadangan piutang tak tertagih ditentukan dari saldo piutang akhir periode. Cara perhitungan yang bisa dilakukan ada dua metode yaitu perhitungan cadangan kerugian piutang dengan mengalikan persentase tertentu dari saldo piutang dan dengan menganalisa umur piutang.

1. Persentase Tertentu dari Saldo Piutang

Menaksir besarnya kerugian piutang berdasarkan persentase tertentu dari saldo piutang pada akhir periode. Penentuan besarnya persentase ini didasarkan pada pengalaman tahun-tahun lalu. Pendekatan ini menekankan pada nilai realisasi kas bersih yang dapat diterima dari piutang.

Contoh: PT NIRWANA mulai tahun 2004 memutuskan untuk menggunakan metode cadangan yang ditentukan berdasarkan persentase dari saldo piutang. Adapun data kerugian piutang selama 5 tahun terakhir yang akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan besarnya cadangan kerugian piutang adalah sebagai berikut.

Tahun	Saldo piutang usaha per 31 Desember	Yang dinyatakan sebagai kerugian	Diperoleh kembali
1999	Rp 13.600.000	Rp 400.000	20.000

2000	Rp 14.000.000	Rp 350.000	25.000
2001	Rp 15.400.000	Rp 450.000	25.000
2002	Rp 17.000.000	Rp 500.000	30.000
2003	Rp 20.000.000	Rp 650.000	20.000
Jumlah	Rp 80.000.000	Rp 2.350.000	120.000

Rata-rata kerugian piutang per tahun adalah:

$$\{(2.350.000 - 120.000) : 80.000\} \times 100\% = 3\% \text{ (pembulatan)}$$

Jika pada akhir tahun 2004 saldo rekening piutang usaha berjumlah Rp 25.000.000 maka besarnya taksiran kerugian piutang pada tahun 2004 adalah :

$$3\% \times 25.000.000 = \text{Rp } 75.000$$

2. Analisa Umur Piutang

Jumlah cadangan dinaikkan sesuai perhitungan analisa umur piutang. Metode ini membutuhkan penelusuran dengan seksama rekening-rekening pembantu piutang dari masing-masing individu atau pelanggan yang kemudian dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang belum menunggak dan yang menunggak atau melebihi jangka waktu kredit. Selanjutnya rekening individu dan pelanggan menunggak kembali digolongkan berdasarkan jangka waktu tunggaknya, misalnya kurang dari satu bulan, lalu satu hingga dua bulan dan seterusnya. Setelah pengelompokkan berdasar umur tunggakan maka langkah selanjutnya adalah menentukan besaran

4. Pengaruh Kerugian Piutang Tak Tertagih pada Neraca dan Laporan Laba Rugi

Cadangan kerugian piutang merupakan elemen dari piutang yaitu piutang yang tak tertagih. Sedangkan piutang itu sendiri merupakan elemen aktiva lancar yang selalu dalam keadaan berputar terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja. Piutang merupakan asset atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya praktek penjualan kredit. Hubungan antara cadangan kerugian piutang dengan profitabilitas dilihat pada saat mengestimasi cadangan kerugian piutang yang kemudian dijurnal dengan biaya kerugian piutang tak tertagih dan perhitungan biaya kerugian piutang tak tertagih tersebut masuk pada laporan laba rugi, dimana laporan laba rugi itu sendiri dipergunakan untuk menilai seberapa besar profitabilitas perusahaan, sedangkan cadangan kerugian piutang masuk pada neraca aktiva lancar, dari laba yang maksimal dapat diperoleh melalui volume penjualan, semakin tinggi volume penjualan maka semakin besar laba yang akan diperoleh, akan tetapi disamping itu semakin tingginya volume penjualan (secara kredit) semakin besar resiko ketidak tertagihnya piutang dan dengan begitu semakin kecil pula profit yang dihasilkan perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imam Sulthani

(2012), dengan judul “Pengaruh Beban Penyisihan Piutang Tidak Tertagih Terhadap Laba Operasional Perusahaan pada PD. Putra Madani Cikoneng Ciamis Periode 2005 – 2011” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Beban penyisihan piutang tidak tertagih dan laba operasional pada PD. Putra Madani, (2) Pengaruh beban penyisihan piutang tidak tertagih terhadap laba operasional pada PD. Putra Madani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara beban penyisihan piutang tidak tertagih terhadap laba operasional.

Selanjutnya pada tahun 2013 penelitian yang dilakukan oleh Rina Yuliani dengan judul “Pengaruh Perputaran Piutang terhadap Profitabilitas pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2005-2012”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif eksplanatori dan bersifat replika yang terdiri dari dua variabel yaitu perputaran piutang sebagai variabel independen dan ROA sebagai variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat perputaran piutang memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Tabel 2.2

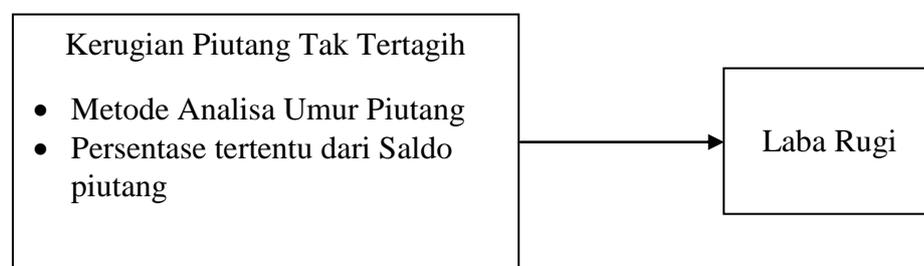
Perbandingan Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang

	Judul	Persamaan	Perbedaan
Rina Yuliani (2013)	Pengaruh Perputaran Piutang terhadap Profitabilitas pada	Obyek penelitian yang digunakan peneliti yaitu PT. Unilever Indonesia	Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Neraca dan Laporan

	perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2005-2012	Tbk.	Laba Rugi sebagai variable dependen.
Imam Sulthani (2012)	Pengaruh Beban Penyisihan Piutang Tidak Tertagih Terhadap Laba Operasional Perusahaan pada PD. Putra Madani Cikoneng Ciamis Periode 2005 – 2011	cadangan kerugian piutang sebagai variabel independen.	Obyek penelitian yang digunakan peneliti yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

C. Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui hubungan antara variabel Independen (X) dengan variabel Dependen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka model penelitian yaitu: Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

(Sumber: Penulis, 2015)

Dalam penjualan kredit, resiko kerugian akibat piutang yang tidak dapat diterima pembayarannya, selalu ada. Penyisihan piutang tak tertagih ini diadakan untuk mengantisipasi jika terjadi piutang tidak dapat tertagih. Semakin besar piutang tak tertagih, maka akan mempengaruhi laba perusahaan.

Hubungan laba dengan penjualan disebut margin laba (*profit margin*) dan mengukur profitabilitas perusahaan relatif terhadap penjualan. Hubungan antara aktiva dengan penjualan disebut perputaran aktiva (*asset turnover*) dan mengukur efektivitas perusahaan untuk menghasilkan penjualan dengan menggunakan aktivanya.

Margin laba dan perputaran aktiva saling terkait satu sama lain. Secara khusus, jika jumlah beban tetap cukup tinggi, perputaran aktiva yang lebih tinggi meningkatkan margin laba. Hal ini disebabkan oleh jarak aktivitas tertentu, proporsi peningkatan biaya lebih kecil dari penjualan.

