

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Piutang**

###### **a. Pengertian piutang**

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha yang semakin cepat pada umumnya perusahaan melakukan penjualan secara kredit untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada sekarang dan untuk menarik pelanggan baru, hal ini dapat berpengaruh pada peningkatan volume penjualan. Dari penjualan kredit akan menimbulkan tagihan atau piutang kepada pelanggan yang sangat erat hubungannya dengan persyaratan-persyaratan kredit yang diberikan, kemudian menjadi aliran kas masuk dari pengumpulan piutang pada saat jatuh tempo.

Menurut Baridwan (2000:123) “istilah tagihan disini dimaksudkan dengan klaim perusahaan atas uang, barang-barang atau jasa-jasa terhadap pihak-pihak lain. Dalam akuntansi pengertian tagihan biasanya digunakan untuk menunjukkan klaim yang akan dilunasi dengan uang”.

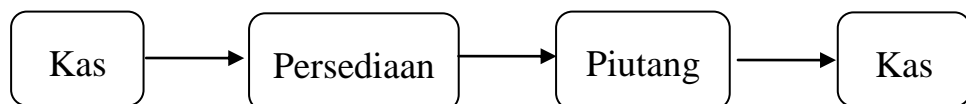
Menurut Munandar (2006:77) “Piutang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan diminta pembayarannya bilamana telah sampai jatuh tempo”. Menurut Martono dan Harjito (2007:95) “Piutang dagang (*account receivable*) merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan/pembeli atau pihak lain yang membeli produk perusahaan”.

Menurut Riyanto (2010:85) “Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penjualan yang ditimbulkan secara kredit menimbulkan lahirnya piutang”.

Menurut Fahmi (2014:137) “Piutang merupakan bentuk penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana pembayarannya tidak dilakukan secara tunai, namun bersifat bertahap”.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, piutang atau *receivable* adalah tagihan atau klaim perusahaan kepada pelanggan/pembeli yang timbul karena adanya penjualan secara kredit dan diharapkan akan segera diselesaikan menghasilkan penerimaan kas jika telah sampai pada waktu jatuh tempo.

Piutang merupakan salah satu akun dalam modal kerja perusahaan yang selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja yang dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Perputaran Piutang Dalam Rantai Perputaran Modal Kerja**

Sumber : Riyanto (2010:85)

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa akun piutang mempunyai tingkat likuiditas yang tidak selikuid akun kas karena untuk menjadikan piutang dalam bentuk uang tunai memerlukan waktu yang tergantung dari kelancaran pengembaliannya dan kebijakan kredit perusahaan, oleh karena

itu semakin besar nilai piutang semakin besar pula risiko yang timbul. Disamping itu dana yang tertanam di dalamnya semakin besar, sehingga kebutuhan dana dalam perputaran modal kerja menjadi besar pula.

Piutang merupakan salah satu investasi dari aktiva lancar, maka piutang dianggap memiliki waktu perputaran yang cepat dari satu tahun, sehingga aktiva ini mudah dicairkan menjadi uang kas. Pos piutang dalam neraca biasanya merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar, sehingga memerlukan perhatian yang cukup serius agar perkiraan piutang dapat diatur dengan cara yang seefisien mungkin.

Dalam kaitannya dengan piutang PSAK no.9 mengenai penyajian aktiva lancar dan kewajiban jangka pendek menyatakan dalam paragraf 7e bahwa:

- 1) Menurut sumber terjadinya, piutang digolongkan dalam dua katagori yaitu piutang usaha dan piutang lain-lain. Piutang usaha meliputi, piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan. Piutang yang timbul dari transaksi diluar kegiatan usaha normal perusahaan digolongkan sebagai piutang lain-lain. Piutang usaha dan piutang lain-lain yang diharapkan dapat tertagih dalam satu tahun atau siklus usaha normal, diklasifikasikan sebagai aktiva lancar.

Kadang-kadang seluruh piutang usaha diklasifikasikan sebagai aktiva lancar tanpa memandang jangka waktu tertaginya. Dalam kasus demikian, jumlah piutang usaha yang jangka waktu penagihannya lebih dari satu tahun atau siklus usaha normal, harus diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan.

- 2) Piutang yang diperkuat dengan promes disebut wesel.
- 3) Piutang usaha, wesel tagih dan piutang lain-lain harus disajikan secara terpisah dengan identifikasi yang jelas.

- 4) Piutang dinyatakan sebesar jumlah kotor tagihan dikurangi dengan taksiran jumlah yang tidak dapat ditagih. Jumlah kotor piutang harus tetap disajikan pada neraca diikuti dengan penyisihan untuk piutang yang diragukan atau taksirkan jumlah yang tidak dapat tertagih.
- 5) Saldo kredit piutang individual jika jumlahnya material harus disajikan dalam sekelompok kewajiban.
- 6) Jumlah piutang yang dijaminakan harus diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan.
- 7) Kewajiban bersyarat dalam hubungannya dengan penjualan piutang yang disertai perjanjian untuk dibeli kembali (*sale of accounts receivable/note receivable discounted with recourse*) kepada suatu lembaga keuangan harus dijelaskan secukupnya.

#### **b. Manajemen piutang**

Menurut Atmaja (2001:395) “manajemen piutang dimulai dengan keputusan apakah perusahaan akan memberi kredit atau tidak. Selanjutnya, piutang yang timbul harus dimonitor agar tidak melebihi batas yang diinginkan”. Manajemen piutang dapat membantu perusahaan untuk menyeimbangkan antara beban yang timbul diakibatkan oleh kebijakan penjualan kredit dan manfaat yang diperoleh dari pengambilan kebijakan tersebut. Manajemen piutang yang efektif akan mempengaruhi tingkat keuntungan dan risiko perusahaan.

Manajemen piutang menurut Sartono (2001:432 - 437) meliputi :

- 1) Standar kredit  
Standar kredit adalah salah satu kriteria yang dipakai perusahaan untuk menyeleksi para langganan yang akan diberi kredit dan berapa jumlah yang harus diberikan. Hal ini menyangkut kebiasaan langganan dalam membayar kembali, kemungkinan langganan tidak membayar kredit yang diberikan, dan rata-rata jangka waktu pembayaran para langganan.

- 2) Persyaratan kredit  
Persyaratan kredit merupakan kondisi yang disyaratkan untuk pembayaran kembali piutang dari langganan. Kondisi tersebut meliputi lama waktu pemberian kredit dan potongan tunai serta persyaratan khusus lainnya.
- 3) Kebijakan kredit dan pengumpulan piutang  
Kebijakan kredit dan pengumpulan piutang mencakup beberapa keputusan, diantaranya :
  - a) Kualitas diskon yang diterima
  - b) Periode kredit
  - c) Potongan tunai
  - d) Persyaratan khusus
  - e) Tingkat pengeluaran untuk pengumpulan piutang
- 4) Evaluasi terhadap para langganan  
Secara umum terdapat beberapa langkah dalam evaluasi calon langganan, yaitu :
  - a) Mengumpulkan informasi yang relevan tentang calon pelanggan
  - b) Menganalisis kondisi calon atas dasar informasi yang diperoleh
  - c) Mengambil keputusan apakah calon langganan akan diberikan kredit atau tidak, dan jika iya, beberapa jumlah kredit maksimum yang bisa diberikan.
- 5) Mengumpulkan dan menganalisis informasi

Menurut Atmaja (2001:395) “Jumlah piutang pada suatu waktu ditentukan oleh dua faktor: (1) volume penjualan kredit dan (2) rata-rata waktu antara penjualan dan penerimaan pembayaran”.

Menurut Riyanto (2010:85) faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya investasi pada piutang yaitu:

- 1) Volume Penjualan Kredit  
Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besar jumlah piutang berarti makin besar risiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar “*profitability*”nya.

- 2) **Syarat Pembayaran Penjualan Kredit**  
Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat maupun lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayarannya yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat.
- 3) **Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit**  
Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atas kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi batas maksimal yang ditetapkan oleh perusahaan berarti maka semakin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit.
- 4) **Kebijakan Dalam Pengumpulan Piutang**  
Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan kebijakan pengumpulan secara pasif. Perusahaan yang melakukan pengumpulan piutang secara aktif akan memiliki investasi dalam piutang yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan pengumpulan piutang secara pasif.
- 5) **Kebiasaan Membayar dari Para Langgan**  
Ada sebagian langganannya yang mempunyai kebiasaan untuk menggunakan kesempatan mendapat *cash discount*, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam "*cash discount period*" atau sesudah mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa, manajemen piutang dan faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya jumlah piutang pada perusahaan adalah volume penjualan kredit, kebijakan kredit yang telah ditetapkan perusahaan meliputi syarat pembayaran kredit, ketentuan tentang pembatasan kredit, kebijaksanaan dan pengumpulan

piutang, serta kebiasaan membayar dari para pelanggan. Karena semakin besar volume penjualan kredit, maka akan semakin besar piutang yang timbul dan semakin besar pula kebutuhan dana yang ditanamkan dalam piutang, hal ini memperbesar risiko yang akan dihadapi oleh perusahaan namun disisi lain meningkatnya volume penjualan dapat mempengaruhi *profitability* perusahaan. Hal tersebut dapat diminimalisir dengan adanya penetapan kebijakan kredit dalam perusahaan. Semakin ketat dan selektif perusahaan menentukan kebijakan dan kriteria langganan akan membantu memperkecil jumlah investasi dalam piutang.

### **c. Kebijakan kredit**

Perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kebijakan kredit yang diberikan kepada pelanggan, tetapi juga menjadikan standar kredit tersebut sebagai suatu ketetapan dalam membuat keputusan-keputusan kredit yang dilaksanakan dalam perusahaan.

Untuk itu perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa hal. Menurut Atmaja (2001:398) kebijakan kredit terdiri atas 4 variabel:

- 1) Periode kredit yakni jangka waktu kredit yang diberikan. Menaikkan periode kredit pada umumnya dapat mendongkrak penjualan, namun ada biaya perubahan bagi perusahaan.
- 2) Standar kredit yakni merujuk pada kemampuan keuangan minimal yang harus dimiliki calon penerima kredit serta jumlah kredit yang tersedia bagi masing-masing pelanggan.
- 3) Kebijakan pengumpulan yakni merujuk pada prosedur-prosedur yang digunakan oleh perusahaan untuk menagih piutang yang sudah jatuh tempo.
- 4) Kebijakan diskon untuk pembayaran yang dipercepat, termasuk didalamnya jumlah dan periode diskon.

Adapun faktor-faktor utama yang harus dipertimbangkan apabila perusahaan bermaksud untuk mengubah standar kredit yang diterapkan menurut Syamsuddin (2002:257) adalah :

- a) Biaya administrasi, bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang diterapkan, berarti banyak kredit yang diberikan dan tugas-tugas yang tidak dapat dipisahkan dengan adanya penambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin bertambah besar. Sebaliknya, apabila standar kredit diperketat, maka jumlah penjualan kredit yang diberikan semakin kecil dan tugas-tugas untuk itupun semakin sedikit. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa perlunakan standar kredit yang lebih ketat akan mengurangi biaya administrasi.
- b) Investasi dalam piutang, semakin besar piutang semakin besar pula biaya-biayanya. Perlunakan standar kredit diharapkan untuk meningkatkan volume penjualan, sedangkan standar kredit yang semakin ketat akan menurunkan volume penjualan.
- c) Kerugian piutang (*bad debt expenses*), akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standar kredit, dan akan menurun bilamana standar kredit diperketat.
- d) Volume penjualan, bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan, dan sebaliknya jika perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun.

#### **d. Kebijakan penagihan piutang**

Sejumlah teknik penagihan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan, jika pelanggan belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan menurut Sundjaja (2002:236) adalah sebagai berikut: (1) Melalui surat, (2) Melalui telpon, (3) Kunjungan personal, (4) Tindakan yuridis.

Berdasarkan pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa, teknik penagihan piutang melalui surat dilakukan jika pelanggan belum



melakukan pembayaran tagihan setelah lewat beberapa hari dari masa jatuh tempo tagihan pelanggan. Jika belum juga mendapat pelunasan dari pelanggan setelah beberapa hari surat tersebut dikirim, perusahaan dapat mengirimkan surat teguran kedua, dan seterusnya. Teknik penagihan melalui telepon bisa dilakukan oleh perusahaan melalui bagian penagihan apabila belum juga mendapat pelunasan setelah mengirim penagihan melalui surat. Selanjutnya adalah teknik kunjungan personal, teknik ini dilakukan apabila penagihan melalui surat maupun via telepon belum mendapat tanggapan dari pelanggan. Teknik terakhir yang dapat dilakukan apabila pelanggan masih belum membayar hutangnya adalah tindakan yuridis. Teknik ini bisa ditempuh dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan, namun sebisa mungkin teknik penagihan yuridis ini diminimalisir karena dikhawatirkan akan menimbulkan ketegangan bisnis antara perusahaan dengan pelanggan.

#### **e. Manfaat penjualan kredit**

Menurut Adisaputra (2003:62) “manfaat penjualan kredit antara lain: upaya untuk meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan keuntungan, meningkatkan hubungan dagang antara perusahaan dengan pelanggannya, manfaat keuntungan berupa selisih bunga modal pinjaman yang harus dibayarkan kepada bank sebagai sumber dana pembelanjaan piutang”. Demikian juga menurut Indriyo (2005:43) “mengemukakan

keuntungan dari penjualan kredit yaitu: kenaikan hasil penjualan, kenaikan laba, persaingan”.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan diatas, manfaat-manfaat penjualan kredit antara lain yaitu dapat meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan keuntungan perusahaan serta dapat meningkatkan hubungan dagang antara pelanggan dengan perusahaan yang dapat memberikan dampak positif bagi persaingan bisnis.

#### **f. Risiko yang mungkin timbul dalam piutang**

Dengan menggunakan sistem penjualan kredit, diharapkan volume penjualan perusahaan akan lebih meningkat jika dibandingkan dengan penjualan yang hanya dilakukan secara tunai saja. Namun pada sistem penjualan kredit sedikit banyak akan menimbulkan risiko kerugian bagi perusahaan. Menurut Riyanto (2010:87) “risiko kredit adalah risiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para langganan kita”

Menurut Suaidah (2008:8), adapun risiko tersebut diantaranya adalah:

- 1) Risiko Tidak Dibayarkannya Seluruh Jumlah Piutang.  
Risiko ini adalah risiko yang paling berat yang harus ditanggung oleh perusahaan yang menjual secara kredit, karena tidak dibayarkannya seluruh jumlah piutang, sehingga perusahaan akan menanggung kerugian sebesar jumlah piutang tersebut. Risiko tersebut bisa terjadi bila seorang langganan sengaja menipu, melarikan diri, atau bangkrut usahanya yang menyebabkan piutang tersebut tidak terbayar seluruhnya.

- 2) Risiko Tidak Dibayarkannya Sebagian Piutang.  
Walaupun piutang telah dibayar sebagian, tetapi hal ini juga menimbulkan kerugian bagi perusahaan, karena kemungkinan sebagian dari piutang tersebut tidak dibayar.
- 3) Risiko Keterlambatan Didalam Melunasi Piutang.  
Risiko keterlambatan dalam melunasi piutang lebih ringan bila dibandingkan kedua risiko diatas, karena pada akhirnya piutang yang telah diberikan oleh perusahaan akan dibayar oleh pihak debitur.
- 4) Risiko Tertanamnya Modal Dalam Piutang.  
Apabila perusahaan memberikan piutang maka dengan sendirinya terdapat modal yang tertanam dalam piutang tersebut. Apabila investasi dalam piutang terlalu besar jumlahnya akan mengakibatkan kontinuitas perusahaan.

Sebelum memutuskan untuk melakukan persetujuan kredit dengan calon langganan atau menambah *plafond* kredit kepada langganan perusahaan perlu mengadakan evaluasi risiko kredit.

Menurut Riyanto (2010:87-88) mengatakan bahwa dalam menilai risiko kredit, seorang manajer kredit dapat melaksanakan penilaian 5C dari calon pelanggan, yaitu :

- a) *Character*  
*Character* menunjukkan kemungkinan atau probabilitas dari pelanggan untuk secara jujur memenuhi kewajiban-kewajibannya. Faktor ini sangat penting, karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.
- b) *Capacity*  
*Capacity* ialah pendapat subjektif mengenai kemampuan dari langganan. Ini diukur dengan *recod* di waktu yang lalu, dilengkapi dengan observasi fisik pada pabrik atau toko dari langganan.
- c) *Capital*  
*Capital* diukur oleh posisi finansial perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan oleh analisis rasio finansial, yang khususnya diletakan pada "*tangible net worth*" dari perusahaan.

- d) *Collateral*  
*Collateral* dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang diikatkan, atau dijadikan jaminan atas kredit yang diberikan kepada pelanggan tersebut.
- e) *Condition*  
*Condition* menunjukkan *impact* (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

Penilaian dan penyaringan para langganan menurut Riyanto (2010:88) “pertama-tama dalam hubungan ini haruslah ditentukan terlebih dahulu “batas risiko” yang ditanggung oleh perusahaan, yang akan disediakan sebagai cadangan piutang. Ketentuan persentase ini perlu untuk memperhitungkan keuntungan yang diharapkan akan diterima”.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit kepada para pelanggan perlu diadakan evaluasi kredit terlebih dahulu untuk meminimalisasi risiko kerugian yang akan dihadapi perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan *character, capacity, capital, colateral, condition* untuk mengetahui gambaran kemampuan seseorang pelanggan untuk memenuhi atau membayar kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga perlu memperkirakan besarnya persentase risiko yang akan ditanggung oleh perusahaan berdasarkan perhitungan keuntungan yang diharapkan akan diperoleh.

**g. Piutang tak tertagih dan metode pencatatannya**

Menggunakan sistem penjualan secara kredit dapat memberikan manfaat meningkatkan volume penjualan perusahaan guna mencapai laba atau keuntungan yang diharapkan, namun persoalan yang dapat terjadi akibat peningkatan penjualan kredit ini secara otomatis akan meningkatkan persentase piutang tak tertagih atau *bad debt*. Semakin besar piutang tak tertagih akan meningkatkan risiko kerugian atas tidak tertagihnya piutang oleh perusahaan, hal ini akan berakibat pada menurunnya keuntungan yang diperoleh perusahaan. Menurut Atmaja (2001:395) “tingkat piutang yang tinggi akan mengurangi arus kas dan piutang tak tertagih (*bad debt*) akan mengurangi keuntungan dari penjualan”.

Menurut Fahmi (2014:138) Suatu piutang yang bersifat *bad debt* timbul disebabkan oleh beberapa sebab, antara lain:

- 1) Perusahaan ingin mengejar target penjualan, sehingga angka penjualan dinaikkan. Kenaikan angka penjualan otomatis biasanya menaikkan jumlah *bad debt*, dan begitu pula sebaliknya.
- 2) Perusahaan dalam memperbesar penjualan dengan menaikkan penjualan produk boleh dibeli secara non tunai. Maka angka piutang tak tertagih artinya otomatis akan membesar dengan sendirinya.
- 3) Penjualan produk yang bersifat non tunai dilakukan secara tidak hati-hati. Artinya ambisi untuk meningkatkan penjualan menjadi dominan dibandingkan menerapkan manajemen risiko. Termasuk keinginan yang begitu tinggi mengejar bonus.
- 4) Perusahaan memiliki tagihan atau kewajiban dalam bentuk kredit kepada suatu perbankan. Disisi lain uang kas perusahaan tidak mencukupi, dengan begitu perusahaan mengantisipasinya dengan melakukan penjualan non tunai. Seperti bayar *down payment* (uang muka) 40% maka sisanya dalam bentuk kredit. Perolehan 40% tersebut dipakai untuk membayar kewajiban ke perbankan.

Dikatakan oleh Fahmi (2014:139) “ada beberapa acuan yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan untuk memperkecil risiko timbulnya *bad debt*, yaitu:

- 1) Mengindari keputusan penjualan produk pada saat pasar dalam kondisi fluktuatif atau akan berada dalam kondisi menuju krisis moneter
- 2) Membatalkan penjualan produk pada konsumen yang memiliki reputasi buruk dalam dunia bisnis.
- 3) Menghindari produksi dan penerimaan order pada saat pasar tidak menentu.
- 4) Melakukan dan menerapkan tindakan *prudential principle* (prinsip kehati-hatian) pada saat tingkat persaingan bisnis semakin tinggi, dan inovasi produk perusahaan berlangsung lambat.
- 5) Ada ukuran persentase yang layak diterapkan untuk besaran piutang.

Dalam buku prinsip Ikatan Akuntansi Indonesia (1984) dalam Baridwan (2000:125) “piutang dinyatakan sebesar jumlah bruto tagihan dikurangi dengan taksiran jumlah yang tidak dapat diterima”. Berdasarkan prinsip tersebut dapat diketahui bahwa pelaporan piutang dalam neraca sebesar jumlah yang diharapkan akan dapat ditagih atau jumlah yang akan direalisasikan. Kerugian piutang dilaporkan pada periode bersangkutan sehingga dapat terlihat hubungan antara kerugian piutang yang terjadi dengan penjualan-penjualan secara kredit yang menimbulkan akun piutang tersebut. Untuk itu diperlukan metode dalam pencatatan kerugian atas piutang yang tidak tertagih. Ada dua metode pencatatan kerugian piutang yaitu:

- (a) Metode penyisihan atau dengan menggunakan cadangan kerugian piutang.

Menurut Baridwan (2000:126-127) dalam metode cadangan kerugian piutang ada dua dasar yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah kerugian, yaitu:

- (1) Kerugian piutang dihitung atas dasar jumlah penjualan  
Kerugian piutang dihitung dengan cara mengkalikan persentase tertentu dengan jumlah penjualan periode tersebut. Persentase kerugian piutang dihitung dari perbandingan piutang yang dihapus dengan jumlah penjualan tahun-tahun lalu kemudian disesuaikan dengan keadaan tahun yang bersangkutan.
- (2) Kerugian piutang dihitung atas dasar saldo piutang  
Perhitungan kerugian piutang atas dasar piutang akhir periode dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu (1) jumlah cadangan dinaikkan sampai persentase tertentu dari saldo piutang, (2) cadangan ditambah dengan persentase tertentu dari saldo piutang dan (3) jumlah cadangan dinaikkan sampai suatu jumlah yang dihitung dengan menganalisa umur piutang.

Menurut Hery (2012:125) “dengan menggunakan metode pencadangan, besarnya estimasi atas beban piutang yang tidak tertagih akan diakui (dicatat) dalam periode yang sama sebagaimana penjualan kredit dicatat, tanpa harus menunggu terjadinya *actual lose* yang mungkin baru terjadi setelah periode penjualan berlangsung”.

Menurut Soemarso (2005:330) terdapat dua cara untuk menaksir jumlah piutang yang tak tertagih yaitu berdasarkan saldo piutang dan berdasarkan saldo penjualan. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- (1) Penyisihan atas dasar saldo piutang  
Yang didasarkan pada saldo piutang dapat dilakukan dengan jalan menetapkan suatu persentase terhadap saldo piutang yang dipakai merupakan rata-rata antara saldo piutang awal dan akhir periode. Selain itu, penyisihan piutang tak tertagih juga dapat dihitung atas dasar persentase tertentu terhadap golongan umur piutang pada akhir periode.

## (2) Penyisihan atas saldo penjualan

Perhitungan penyisihan piutang tak tertagih ini dengan cara menetapkan suatu persentase tertentu terhadap penjualan. Untuk pemakaian angka adalah angka penjualan kredit, selain itu juga dapat didasarkan atas total penjualan, apabila untuk memperoleh angka penjualan kredit memerlukan terlalu banyak waktu dan biaya.

Sedangkan jurnal yang digunakan untuk mencatat penyisihan atau cadangan adalah :

Beban piutang ragu-ragu	xxx	
Cadangan kerugian piutang		xxx
Cadangan kerugian piutang	xxx	
Piutang dagang		xxx

## (b) Metode penghapusan langsung

Metode penghapusan langsung ini biasanya digunakan dalam perusahaan kecil karena kesederhaannya sehingga tidak perlu menggunakan penafsiran dalam penghapusan piutangnya.

Menurut Baridwan (2001:126) “selain menggunakan cadangan kerugian piutang, terdapat satu cara lain untuk mengakui kerugian piutang yang disebut metode penghapusan langsung. Dalam metode ini piutang baru diakui pada waktu piutang dihapuskan dan penghapusan piutang baru dilakukan bila terdapat bukti-bukti yang jelas”.

Metode penghapusan langsung menurut Hery (2012:124) “perusahaan baru mengetahui piutangnya tidak dapat ditagih setelah beberapa waktu kemudian (setelah penjualan terjadi) maka perusahaan tidak membandingkan beban kredit macet ke periode dimana pendapatan terkait (penjualan) dicatat”.



Menurut Hery (2012:124-125) “metode hapus langsung diterapkan ketika besarnya kredit macet atau piutang usaha adalah sangat kecil, sehingga berdasarkan prinsip materialitas maka metode yang simple ini diperbolehkan dipakai meskipun untuk tujuan pembukuan. Namun secara keseluruhan, menurut prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum, metode hapus langsung tidaklah diperkenankan untuk tujuan pembukuan (*book purposes*). Berbeda untuk tujuan perhitungan pajak penghasilan (*income tax purposes*), di mana metode hapus langsung ini justru merupakan metode yang diwajibkan (diharuskan)”.

Menurut Soemarso (2005:345) metode pencatatan langsung adalah metode yang menatat kerugian karena tidak tertagihnya piutang pada saat piutang yang bersangkutan diputuskan untuk dihapuskan.

Jurnal yang digunakan dalam metode penghapusan langsung adalah :

Kerugian Piutang	xxx
Piutang dagang	xxx

Berdasarkan uraian pendapat diatas dapat dikatakan bahwa, dalam metode cadangan kerugian piutang dilakukan perhitungan persentase untuk cadangan kerugian atas dasar jumlah penjualan dan saldo piutang untuk memperkirakan seberapa besar cadangan kerugian piutang dari piutang tak tertagih pada tahun-tahun sebelumnya, jumlah piutang yang diperkirakan tidak tertagih dicatat dengan mendebit beban piutang ragu-ragu dan mengkreditkan akun cadangan kerugian piutang. Pencatatan penghapusan piutang pada metode cadangan kerugian piutang ini dilakukan dalam periode yang sama dengan penjualan kredit yang muncul, sedangkan dalam metode penghapusan langsung piutang yang tidak tertagih akan langsung dibebankan pada biaya penghapusan piutang. Pencatatan penghapusan piutang pada metode penghapusan langsung ini dilakukan tidak dalam satu

periode yang sama dengan munculnya penjualan kredit. Menurut prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum, metode hapus langsung tidaklah diperkenankan untuk tujuan pembukuan (*book purposes*), namun untuk tujuan perhitungan pajak penghasilan (*income tax purposes*) metode hapus langsung ini justru merupakan metode yang diwajibkan.

#### **h. Perputaran piutang**

Kelancaran penerimaan piutang dan pengukuran baik tidaknya investasi dalam piutang dalam suatu perusahaan dapat diketahui dari tingkat perputaran piutangnya.

Menurut Martono dan Harjito (2007:98) “perputaran piutang merupakan periode terikatnya piutang sejak terjadinya piutang tersebut sampai piutang tersebut dapat ditagih dalam bentuk uang kas dan akhirnya dapat dibeikan kembali menjadi persediaan dan dijual secara kredit menjadi piutang kembali”. Menurut Riyanto (2010:90) “perputaran piutang merupakan periode terikatnya modal dalam piutang yang tergantung kepada syarat pembayarannya. Makin lunak atau makin lama syarat pembayarannya, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu adalah makin rendah”.

Menurut Fahmi (2014:155) “dalam konsep piutang (*receivable concept*) semakin tinggi perputaran maka semakin baik, namun begitu pula sebaliknya semakin lambat perputaran piutang maka semakin tidak baik. Karena itu bagi suatu perusahaan untuk menaikkan angka penjualan salah satu caranya dengan menerapkan kebijakan piutang, termasuk memperlunak jangka waktu piutang”.

Berdasarkan uraian pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, perputaran piutang adalah masa-masa penerimaan piutang dari suatu perusahaan selama periode tertentu. Perputaran piutang akan menunjukkan berapa kali piutang yang timbul sampai piutang tersebut dapat tertagih kembali kedalam kas perusahaan. Perputaran piutang terdiri dari dua variabel yaitu total penjualan kredit dan rata-rata piutang. Periode perputaran piutang tergantung pada panjang pendeknya ketentuan jangka waktu piutang yang dipersyaratkan dalam syarat pembayaran kredit. Disisi lain, syarat pembayaran kredit juga akan mempengaruhi tingkat perputaran piutang dimana tingkat perputaran piutang menggambarkan berapa kali modal yang tertanam dalam piutang berputar dalam satu tahun. Semakin cepat perputaran piutang menandakan bahwa modal dapat digunakan secara efisien.

Maka perhitungan dalam tingkat perputaran piutang (*receivable turnover*) tersebut menurut Fahmi (2014:155) dapat dihitung dengan sebagai berikut:

$$\text{Receivables Turnover} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Receivables}}$$

Selanjutnya perusahaan dapat menghitung hari rata-rata pengumpulan piutang dengan menggunakan rumus sebagai berikut,

$$\text{Hari rata-rata Pengumpulan Piutang} = \frac{360}{\text{Receivables Turnover}}$$

Hari rata-rata pengumpulan piutang dapat pula dihitung dengan,

$$= \frac{360 \times \text{Average Receivable}}{\text{Net Credit Sales}}$$

Tinggi rendahnya tingkat perputaran piutang (*receivable turnover*) ini akan mempunyai dampak langsung terhadap modal perusahaan yang tertanam dalam piutang. Rata-rata periode pengumpulan piutang merupakan salah satu rasio dalam rasio aktivitas atau rasio efisiensi.

Menurut Fatihudin (2012:86) “rasio efisiensi ini dipakai untuk menentukan penilaian keefektifan dan keefisienan perusahaan dalam menggunakan aktiva dalam meningkatkan penjualannya. Rasio efisiensi ini terdiri dari ;

- 1) Rasio Perputaran Persediaan (RPP)
- 2) Rasio Perputaran Aktiva Tetap (RPAT)
- 3) Rasio Perputaran Total Aktiva (RPTA)
- 4) Rasio Rata-Rata Periode Pengumpulan Piutang (RRPPP)

Menurut Fahmi (2014:77) “rasio aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan, dimana penggunaan aktivitas ini dilakukan secara sangat maksimal dengan maksud memperoleh hasil yang maksimal”.

## 2. Profitabilitas/Rentabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2005:49) rentabilitas merupakan kriteria penilaian yang secara luas dan dianggap paling valid untuk dipakai sebagai alat ukur tentang hasil pelaksanaan operasi perusahaan, karena mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Rentabilitas merupakan alat pembanding, pada berbagai alternative investasi atau penanaman modal sesuai dengan tingkat resikonya masing-masing
- b. Rentabilitas mampu menggambarkan tingkat laba yang dihasilkan menurut jumlah modal yang ditanamkan atau investasinya karena rentabilitas dinyatakan oleh presentase.

Menurut Riyanto (2010:35) “rentabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”. Menurut Sartono (2001:122) “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”.

Menurut Fahmi (2014:80) rasio profitabilitas adalah rasio ini mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Rasio profitabilitas secara umum ada 4 (empat), yaitu:

- a. *Gross Profit Margin*  
Rasio *gross profit margin* merupakan margin laba kotor. Adapun rumus rasio *gross profit margin* adalah:

$$\frac{\text{Sales}-\text{Cost of Good Sold}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

- *Cost of Good Sold* = Harga Pokok Penjualan
- *Sales* = Penjualan

b. *Net Profit Margin*

Rasio *net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. Adapun rumus rasio *net profit margin* adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

- *Earning After Tax* (EAT) = Laba Setelah Pajak

c. *Return on Investment (ROI) / Return on Asset*

Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu juga memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Adapun rumus *return on investment* (ROI) adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan:

- *Earning After Tax* (EAT) = Laba Setelah Pajak

d. *Return on Equity (ROE)*

*Return on Equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Disebut juga rasio total *asset turnover* atau perputaran total asset. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Adapun rumus *return on equity* (ROE) adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

- *Earning After Tax* (EAT) = Laba Setelah Pajak

Menurut Riyanto (2010:35-36) “cara untuk menilai rentabilitas suatu perusahaan adalah bermacam-macam dan tergantung pada laba dan aktiva atau modal mana yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Yang penting ialah rentabilitas mana yang akan digunakan sebagai alat pengukur efisiensi penggunaan modal dalam perusahaan yang bersangkutan”.

Berdasarkan uraian pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu yang dapat dihitung dengan menggunakan analisis rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas sendiri adalah rasio *gross profit margin*, *net profit margin*, ROI atau ROA, dan ROE yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah pengukuran efektifitas manajemen secara keseluruhan berdasarkan besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi kebijaksanaan dan keputusan-keputusan. Semakin baik rasio profitabilitas perusahaan maka semakin baik pula gambaran kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

### **3. Hubungan antara perputaran piutang dengan profitabilitas**

Piutang merupakan salah satu komponen dari aktiva lancar perusahaan. Piutang merupakan aktiva lancar yang paling likuid setelah kas dibandingkan aktiva lancar yang lainnya untuk mengubah piutang menjadi kas memerlukan waktu yang lebih pendek. Semakin lambat dalam melakukan penagihan piutang maka dapat mempengaruhi perputaran piutang yang akan dapat memperkecil *cash ratio* perusahaan dan akan dapat memperlambat perusahaan dalam memenuhi jangka pendeknya. Selain hal tersebut, akun piutang dalam neraca biasanya merupakan bagian yang cukup besar dari aktiva lancar dan oleh karena itu perusahaan perlu memberikan perhatian yang cukup serius agar perkiraan piutang ini dapat diatur dengan

cara yang seefisien mungkin, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Menurut Hanafi (2010:563) “semakin cepat piutang tersebut berputar maka semakin tinggi efisiensi modal yang tertanam dalam piutang, dan semakin tinggi perputaran piutang maka semakin pendek waktu pengumpulan piutang. Ini berarti piutang tersebut berputar cepat, maka piutang akan lebih cepat menjadi kas sehingga bisa dimanfaatkan kembali untuk operasi perusahaan”.

Menurut Muslich (2003:109) “perusahaan terhadap kebijaksanaan yang mempengaruhi jumlah piutang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas perusahaan”. Menurut Santoso (2001:44) “kecepatan penerimaan hasil piutang dalam satu periode (perputaran piutang) akan dapat mempengaruhi likuiditas perusahaan karena pertukaran piutang lebih cepat dari yang diharapkan dan seberapa jauh piutang perusahaan bisa dipakai untuk memenuhi jangka pendeknya”.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan ketika perputaran piutang semakin cepat likuiditas perusahaan akan terbentuk dan keadaan kondisi aktiva perusahaan akan semakin baik, membaiknya kondisi aktiva perusahaan yang dalam kesempatan ini berfokus pada aktiva lancar yang disebabkan dari adanya piutang tentu akan memberikan andil yang sangat besar pada seluruh atau sebagian aktivitas perusahaan. Dengan terakomodirnya aktivitas perusahaan, pendapatan perusahaan akan meningkat dan laba karena risiko *bad debt* dapat diatasi, sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat pula.



## B. Penelitian Terdahulu

1. Ali Setiawan (2008) meneliti tentang Pengaruh Manajemen Piutang dan Persediaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Listing di Jakarta ISLMIC Index Tahun 2001-2006. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (manajemen piutang dan persediaan) terhadap variabel terikat (Profitabilitas) baik secara simultan maupun parsial. Hasil dari penelitian ini yaitu secara bersama-sama dan manajemen piutang (perputaran piutang) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas.
2. Rina Yuliani (2012) meneliti tentang Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2005 – 2012. Teknik analisis data yang digunakan adalah melakukan pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini yaitu variabel perputaran piutang mempunyai pengaruh signifikan terhadap ROA yaitu sebesar 0,018. Apabila dilihat dari persamaan regresinya, menunjukkan bahwa variabel perputaran piutang mempunyai koefisien regresi negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan perputaran piutang akan mengakibatkan penurunan ROA perusahaan.

3. Nina Sufiana, Ni Ketut Purnawati (2013) meneliti tentang Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan) terhadap variabel terikat (profitabilitas) baik secara simultan maupun parsial. Hasil penelitian ini yaitu perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010. Perputaran kas tidak berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang negatif secara parsial terhadap profitabilitas, sedangkan perputaran piutang dan perputaran persediaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010. Diantara ketiga variabel bebas tersebut yang dominan berpengaruh terhadap profitabilitas adalah perputaran piutang.

Perbedaan dan persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

Penelitian pertama dan ketiga memiliki beberapa variabel, sedangkan penelitian sekarang menggunakan dua variabel yaitu tingkat perputaran piutang dan profitabilitas. Penelitian pertama menggunakan

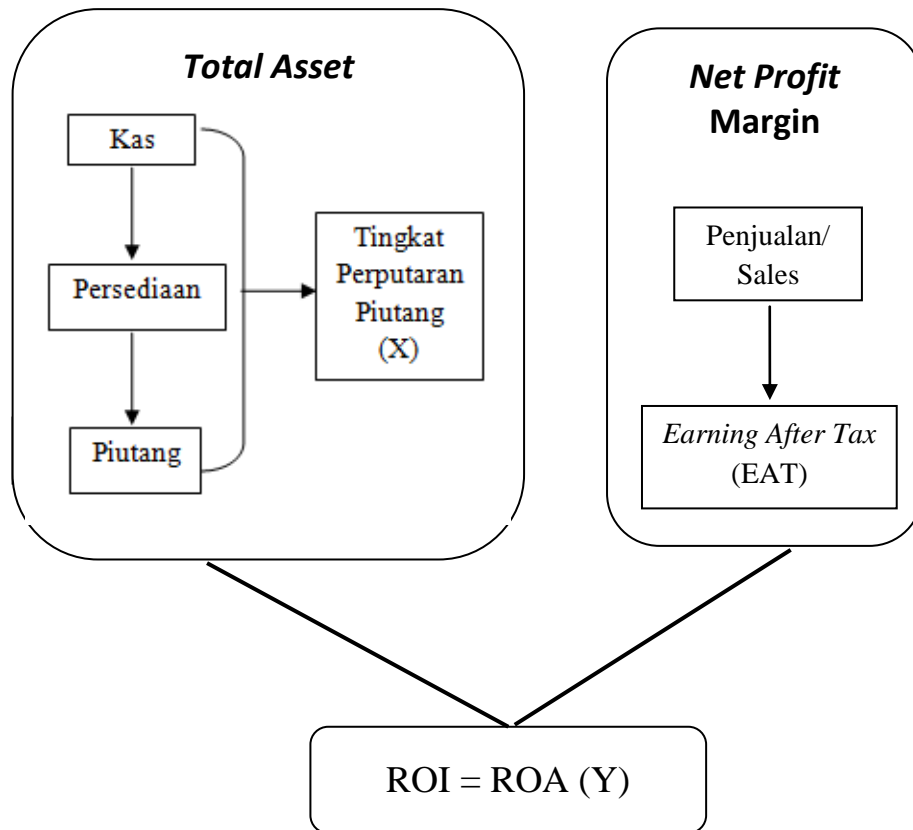
metode penelitian terapan deskriptif yang bersifat korelasional, sedangkan metode penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Lokasi penelitian sebelumnya masing-masing di kota Yogyakarta, Malang dan Bali, sedangkan penelitian sekarang di kota Surabaya. Perusahaan yang diteliti dalam penelitian sebelumnya masing-masing di Perusahaan Manufaktur yang Listing di Jakarta ISLMIC, PT. Unilever Indonesia Tbk, dan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan dalam penelitian sekarang di perusahaan CV. Karya Bhakti. Penelitian kedua data yang diteliti delapan tahun, sedangkan penelitian sekarang lima tahun.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang Objek penelitian terdahulu hampir sama yaitu mengenai piutang dan menitik beratkan penelitian pada profitabilitas perusahaan. Penelitian pertama data yang diteliti sama yaitu lima tahun. Penelitian kedua memiliki variabel yang sama yaitu piutang dan profitabilitas. Penelitian kedua dan ketiga memiliki metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif.

### **C. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diawal, maka sasaran yang ingin dicapai adalah sejauh mana perputaran piutang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Gambar berikut ini akan menjelaskan dasar-dasar

pemikiran bagaimana hubungan antara perputaran piutang dengan profitabilitas, yaitu sebagai berikut:



**Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**

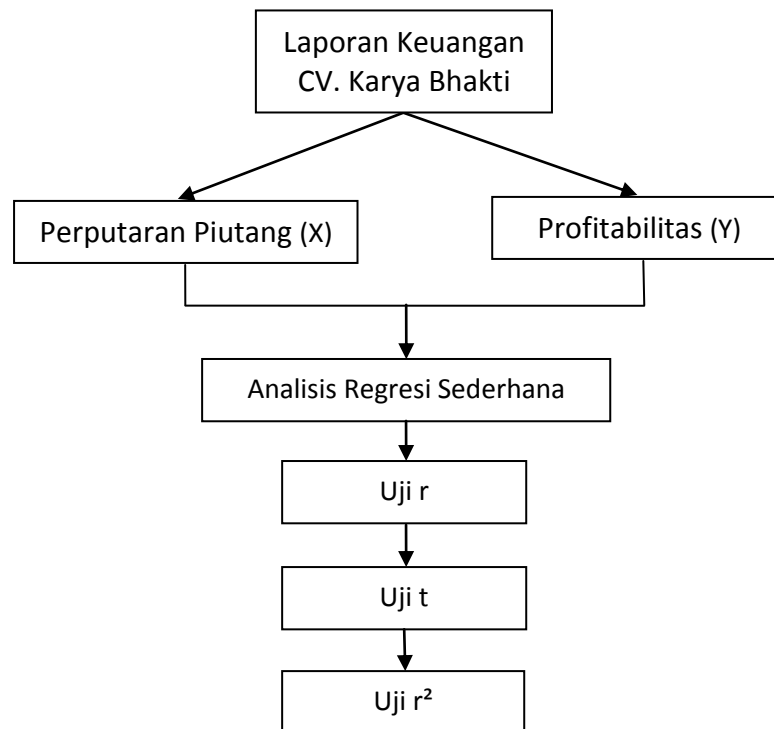
Sumber : Diolah penulis (2015)

Umumnya rasio profitabilitas digunakan sebagai alat ukur pengendalian piutang didalam suatu perusahaan, karena dengan peningkatan laba saja masih belum cukup sebagai ukuran bahwa perusahaan telah menggunakan piutang secara efisien. Oleh karena itu perusahaan umumnya menggunakan analisis rasio profitabilitas untuk mengontrol perubahan dalam rasio aktivitas dan net profit margin dan seberapa besar pengaruhnya terhadap ROI guna mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh dari total aktiva yang tersedia atau kemampuan perusahaan didalam

menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik keadaan suatu perusahaan.

#### D. Model Analisis

Model analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.3 Model Analisis**

Sumber : Diolah Penulis (2015)

Berdasarkan gambar diatas peneliti memaparkan model analisis yang langkah-langkahnya sebagai berikut :

- 1) Pengumpulan data penjualan, rata-rata piutang, laba bersih, dan total aktiva yang diperoleh dari laporan keuangan CV. Karya Bhakti kemudian mentabulasi perhitungan perputaran piutang dan profitabilitas lalu memasukan data kedalam lembar kerja SPSS.

- 2) Menganalisis regresi untuk mengetahui besar pengaruh perputaran piutang (X) terhadap profitabilitas (Y).
- 3) Menggunakan uji koefisien korelasi untuk mengetahui hubungan antara perputaran piutang (X) dengan profitabilitas (Y).
- 4) Melakukan uji hipotesis pada perhitungan perputaran piutang dan profitabilitas.
- 5) Menggunakan analisis regresi koefisien determinasi untuk mengetahui besar hubungan perputaran piutang (X) terhadap profitabilitas (Y).

#### **E. Hipotesis**

Bedasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesisnya dapat dirumuskan:

Tingkat perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan CV. Karya Bhakti. ( $H_a$ )