
ANALISIS TINGKAT PERPUTARAN PIUTANG
PADA PT. HASJRAT ABADI CABANG JAYAPURA

Yohanis Tangdiasik

Dosen Keuangan dan Perbankan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay Jayapura

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat perputaran piutang pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Jayapura. Metode analisis data yang digunakan adalah perhitungan rasio perputaran piutang, periode data dalam penelitian ini adalah dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat perputaran piutang untuk tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 menunjukkan pencapaian target perputaran piutang sudah efisien, hanya pada tahun 2017 menunjukkan pencapaian perputaran piutang yang cukup efisien. Hal ini disebabkan karena para pelanggan dalam pembayaran hutangnya kepada perusahaan tepat waktu dan selain itu juga perusahaan lebih selektif dalam menyeleksi pelanggan, sehingga jangka waktu pengumpulan piutangpun cukup efektif, karena semakin cepat waktu penerimaan piutang, maka semakin mudah bagi perusahaan untuk memudahkan perputaran kas..

Kata Kunci : Penerimaan PPh Orang Pribadi, PPh Badan, PP Nomor 46 Tahun 2013.

Latar Belakang

Sebagaimana diketahui bahwa perusahaan dalam menjalankan roda bisnisnya selain bertujuan memenuhi kebutuhan manusia juga bertujuan untuk mencapai laba, dengan kata lain perusahaan dalam mengepakkan sayap usahanya selalu disertai dua misi yaitu misi sosial (*social oriented*) dan misi laba (*profit oriented*) tak terkecuali jenis bidang usahanya. Lebih spesifik perusahaan manufaktur dalam memaksimalkan pendapatan (*revenue*) adalah dengan cara menekan biaya sekecil hanya dapat dicapai apabila analisis yang diperoleh dalam satu periode melampaui biaya-biaya yang dikeluarkan.

Suatu perusahaan selalu berusaha meningkatkan analisis dari hasil penjualan produksinya. Penjualan yang dilakukan oleh tiap-tiap perusahaanpun ada dua yaitu penjualan tunai dan penjualan secara kredit. Banyak perusahaan terlebih perusahaan kecil dan menengah menggunakan dua macam penjualan tersebut. Penjualan tunai berarti perusahaan pada saat itu juga menerima pembayaran secara langsung, namun apabila menggunakan penjualan secara kredit maka pembayaran akan diterima pada periode / masa yang akan datang, sesuai tanggal jatuh tempo (piutang).

Dalam mengelola manajemen keuangan, khususnya mengenai piutang dagang perlu direncanakan dan dianalisa secara seksama, sehingga kebijakan manajemen piutang dagang dapat berjalan secara efektif dan efisien, baik mengenai prosedur piutang, penagihan piutang, penjualan kredit dan masalah piutang lainnya.

Secara umum piutang timbul karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Ditengah persaingan bisnis yang ketat perusahaan dituntut untuk mampu meraih posisi pasar, sehingga perusahaan perlu melakukan strategi penjualan secara kredit, agar jumlah penjualan meningkat. Namun, konsekuensi dari kebijakan tersebut dapat menimbulkan peningkatan jumlah piutang, piutang tak tertagih dan biaya-biaya lainnya yang muncul seiring dengan peningkatan jumlah piutang.

Piutang merupakan unsur yang sangat penting dan memerlukan kebijakan yang baik dari manajemen dalam pengelolaannya. Karena selain dapat meningkatkan volume penjualan, piutang juga mengandung suatu resiko bagi perusahaan, yaitu resiko kerugian piutang seperti telatnya pembayaran piutang dalam waktu lebih dari satu bulan dan akan mengakibatkan perputaran piutang yang besar atau pendapatan yang tidak sesuai dengan transaksi penjualan kredit, bagi perusahaan dan

tentu saja akan berdampak pada pendapatan usaha yang menjadi rendah dan mengakibatkan kinerja perusahaan yang akan semakin menurun. Namun resiko kerugian piutang tersebut dapat diminimalisasikan dengan cara meningkatkan perputaran piutang pada setiap pelanggan, seperti memberikan pemberitahuan kepada pelanggan bahwa bagi setiap pelanggan yang tidak membayar piutang dengan tepat waktu, maka dikenai denda.

Perputaran piutang tergantung dari panjang pendeknya ketentuan yang disyaratkan dalam syarat pembayaran kredit, sehingga semakin lama syarat pembayaran kredit maka semakin kecil tingkat perputaran piutang dalam satu periode. Dan sebaliknya semakin pendek syarat pembayaran kredit maka semakin pendek tingkat perputaran piutang dalam satu periode semakin besar.

Peningkatan piutang yang diiringi oleh meningkatnya piutang tak tertagih perlu mendapat perhatian. Untuk itu sebelum suatu perusahaan memutuskan melakukan penjualan kredit, maka terlebih dahulu diperhitungkan mengenai jumlah dana yang diinvestasikan dalam piutang, syarat penjualan dan pembayaran yang diinginkan, kemungkinan kerugian piutang (piutang tak tertagih) dan biaya-biaya yang akan timbul dalam menangani piutang.

Oleh karena itu, pengendalian terhadap piutang merupakan sesuatu yang mutlak dilakukan oleh perusahaan. Sistem pengendalian piutang yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kebijakan penjualan secara kredit. Demikian pula sebaliknya, kelalaian dalam pengendalian piutang bisa berakibat fatal bagi perusahaan, misalnya banyak piutang yang tak tertagih karena lemahnya kebijakan pengumpulan dan penagihan piutang.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimana tingkat perputaran piutang dagang pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Jayapura” ?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : “Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat

perputaran piutang pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Jayapura”.

2. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang telah disampaikan oleh penulis, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menerapkan sistem pengendalian piutang.
- b. Sebagai bahan informasi bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan manajemen piutang pada masa yang akan datang.

Tinjauan Pustaka

1. Laporan Keuangan

Menurut Wit & Erhans (2000 : 25) adalah “Laporan yang memuat informasi mengenai transaksi yang terjadi dalam perusahaan disebut laporan keuangan (*Financial Statement*). Menurut Brigham dan Houston (2010 : 85) Laporan keuangan adalah sebuah laporan yang diterbitkan oleh perusahaan bagi para pemegang saham. Laporan ini memuat laporan keuangan dasar dan analisis manajemen atas operasi tahunlalu dan prospek di masa depan.

Menurut Munawir (2010 : 2) laporan keuangan pada dasarnya merupakan hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk komunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Dengan adanya analisa terhadap pos-pos neraca akan diperoleh gambaran tentang posisi keuangan perusahaan, sedangkan analisa terhadap laba ruginya akan memberikan gambaran tentang hasil atau perkembangan usaha perusahaan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Baridwan (2004 : 17) adalah : “Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan keuangan dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankann kepadanya oleh pemilik perusahaan. Disamping itu laporan keuangan dapat juga digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan lain yaitu sebagai laporan kepada pihak-pihak diluar perusahaan.”.

2. Piutang

Piutang adalah aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dilaksanakannya kebijakan penjualan kredit untuk merangsang minat pelanggan dengan tujuan memperluas pasar dan memperbesar hasil penjualan.

Menurut Alfabet (2013:137), piutang merupakan bentuk penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana pembayarannya tidak dilakukan secara tunai, namun bersifat bertahap. Penjualan piutang artinya lebih jauh perusahaan menerapkan manajemen kredit. Munir (2005, 15) lebih mengkhususkan definisi piutang pada piutang dagang: "piutang dagang adalah tagihan kepada pihak lain (kepada kreditur atau langganan) sebagai akibat adanya penjualan barang dagang secara kredit". Jadi, piutang dapat diartikan bahwa perusahaan memiliki hak penagihan terhadap pihak lain yang menjadi langganannya dan mengharap pembayaran dari mereka agar memenuhi kewajiban terhadap perusahaan.

Sedangkan menurut Soemarso (2002 : 338) piutang mengandung arti: "piutang adalah hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain, menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa ia berpiutang". Piutang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan.

Menurut Kasmir (2002:14), menyatakan bahwa piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pihak lainnya yang memiliki jangka waktu tidak lebih dari satu tahun. Piutang ini terjadi akibat dari penjualan barang atau jasa kepada konsumennya secara angsuran (kredit).

Menurut Munawir (2002:15), bahwa piutang dagang adalah, tagihan kepada pihak lain (kepada kreditur atau langganan) sebagai akibat adanya penjualan barang dagangan secara kredit. Pada dasarnya piutang bisa timbul tidak hanya karena penjualan barang dagangan secara kredit, piutang karena penjualan aktiva tetap secara kredit, piutang karena adanya penjualan saham secara angsuran, atau adanya uang muka untuk pembelian atau kontrak kerja lainnya.

Berdasarkan pengertian diatas, maka piutang terjadi akibat mempunyai usia tertentu sesuai dengan waktu keterkaitannya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya piutang adalah sebagai berikut :

a. Volume penjualan kredit

Semakin besar jumlah penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar

jumlah piutang dan sebaliknya semakin kecil jumlah penjualan kredit dari keseluruhan piutang akan memperkecil jumlah piutang.

b. Syarat pembayaran bagi penjualan kredit
Semakin panjang batas waktu pembayaran kredit berarti semakin besar jumlah piutangnya dan sebaliknya semakin pendek batas waktu pembayaran kredit berarti semakin kecil besarnya jumlah piutang.

c. Ketentuan tentang batas volume penjualan kredit.

Apabila batas maksimal penjualan kredit ditetapkan dalam jumlah yang relatif besar maka besarnya piutang juga semakin besar.

d. Kebiasaan membayar para pelanggan kredit
Apabila kebiasaan membayar para pelanggan dari penjualan kredit mundur dari waktu yang dipersyaratkan maka jumlah piutang relatif besar.

e. Kegiatan penagihan piutang dari pihak perusahaan.

Apabila kegiatan penagihan piutang dari perusahaan bersifat aktif dan pelanggan melunasinya maka besarnya jumlah piutang relatif kecil, tetapi apabila kegiatan penagihan bersifat pasif maka besarnya piutang relatif besar.

Standar kredit ini sangat penting dalam kebijaksanaan piutang, dan harus diper-timbangkan, karena dalam setiap perusahaan standar tersebut akan mempengaruhi 2 hal yaitu:

1) Biaya administrasi

Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang ditetapkan maka berarti lebih banyak kredit yang diberikan dan tugas-tugas yang tidak dapat dipisahkan dengan adanya pertambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin bertambah besar. Sebaliknya, apabila standar kredit diperketat maka jumlah penjualan kredit yang diberikan akan semakin kecil dan tugas-tugas untuk itu pun akan semakin sedikit. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa perlunakan standar kredit yang lebih ketat akan mengurangi biaya-biaya administrasi.

2) Investasi Dalam Piutang

Diakui atau tidak, penanaman modal dalam piutang mempunyai biaya-biaya tertentu. Semakin besar piutang maka semakin besar pula biaya-biayanya, demikian pula sebaliknya. Bilamana perusahaan

memperlunak standar kredit yang digunakan makarata-rata jumlah piutang akan memperkecil rata-rata piutang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perlunakan standar kredit akan semakin kecil. Perusahaan rata-rata piutang yang dikaitkan dengan perubahan standar kredit” disebabkan oleh 2 faktor yaitu perubahan volume penjualan dan perubahan dalam kebijaksanaan pengumpulan piutang. Perlunakan standar kredit diharapkan untuk meningkat-kan volume penjualan sedangkan standar kredit yang semakin ketat akan menurunkan volume penjualan.

Peningkatan volume penjual-an akan memperbesar rata-rata piutang, sedangkan penurunan volume penjualan akan berakibat sebaliknya yaitu semakin rendahnya jumlah rata-rata piutang. Bilamana perusahaan mem-perlunak standar kredit yang ditetapkan maka dapat diduga bahwa perusahaan sudah mengambil kebijaksanaan untuk memberikan kredit kepada langganan-langganan yang selama ini “kurang memenuhi kriteria” yang sudah ditetapkan, misalnya mungkin mereka membutuh-kan waktu yang lebih lama untuk membayar utang-utang kepada perusahaan. Bila-mana sebaliknya yang terjadi, yaitu perusahaan semakin memperketat standar kredit yang diberikan, maka penjualan kredit tersebut akan diberikan terbatas kepada langganan-langganan yang benar-benar memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan saja dan dapat diharapkan untuk membayar hutang-hutang mereka lebih awal atau paling tidak tepat pada waktu yang sudah ditetapkan.

a. Kerugian Piutang (*Bad Debt Expenses*)

Profabilitas (resiko) kerugian piutang atau *bad debt expenses* akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standar kredit dan akan menurunkan bilamana standar kredit diperketat.

b. Volume Penjualan (*volume of Sales*)

Perubahan standar kredit dapat diharapkan akan mengubah volume penjualan. Bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan. Sedangkan bila perusahaan memperketat standar kredit maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun. Pengaruh dari perubahan-perubahan dalam volume penjualan atas keuntungan

perusahaan tergantung pada pengaruhnya atas biaya-biayanya dan penghasilan yang diperoleh (*cost and revenues*). Analisis kredit menyangkut evaluasi kemampuan *customer/* pelanggan baik likuiditas, aktivitas hutang, maupun profitabilitasnya. Disamping itu analisis kredit ini tidak hanya mengenai tingkat kepercayaan finansial yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada langganan, tetapi juga menyangkut estimasi maksimum jumlah kredit yang mampu ditanggung oleh langganan. Oleh sebab itu, perusahaan harus menetapkan *line of credit* atau batas kredit yang boleh diberikan kepada langganan.

Dua faktor yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mengadakan penilaian terhadap calon pelanggan yang akan diberikan kredit adalah :

- 1) Memperoleh informasi-informasi tentang keadaan langganan.
- 2) Menganalisa laporan keuangan dan buku besar calon langganan selama ini. Bagi langganan-langganan yang membeli secara kredit dalam jumlah yang cukup besar, maka analisa atas ratio-ratio likuiditas, ratio-ratio leverage atau ratio hutang dan ratio profitabilitas, perlu dilakukan secara menyeluruh.

Secara singkat, penganalisaan terhadap kedua faktor tersebut seringkali disebut dengan istilah “*the five C's of credit*”. (Lukman Syamsuddin, 1998 : 265), yang terdiri dari :

1) *Charakter*

Menggambarkan keinginan atau kemauan para pembeli untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh penjual. Pola-pola pembayaran hutang pada masa lalu dapat dijadikan pedoman yang sangat berguna dalam menilai karakter seorang calon langganan.

2) *Capacity*

Menggambarkan kemampuan seorang langganan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya, suatu estimasi yang dianggap cukup baik dapat diperoleh dengan menilai

posisi likuiditas dan proyeksi cash flow dari calon langganan.

3) *Capital*

Menunjuk kepada kekuatan finansial calon langganan terutama dengan melihat jumlah modal sendiri yang dimilikinya. Analisa terhadap neraca perusahaan dengan menggunakan ratio-ratio finansial yang tersedia akan dapat memenuhi kebutuhan atas penilaian capital calon langganan.

4) *Collateral*

Menggambarkan jumlah aktiva yang dijadikan sebagai barang jaminan oleh calon langganan. Akan tetapi biasanya hal ini bukanlah merupakan pertimbangan yang sangat penting karena tujuan perusahaan dalam memberikan kredit untuk menyita dan kemudian menjual aktiva langganan, tetapi tekanannya adalah pada pembayaran kredit yang diberikan pada waktu yang sudah ditetapkan.

5) *Condition*

Menunjukkan kepada keadaan ekonomi secara umum dan pengaruhnya atas kemampuan perusahaan calon langganan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

Sebagian besar analisis-analisis kredit menganggap bahwa faktor-faktor yang pertama dan yang kedua, karakter dan capacity adalah merupakan faktor-faktor yang terpenting dalam menentukan diberi tidaknya kredit kepada seorang calon langganan, karena hal tersebut menekankan pada kemampuan calon langganan dalam memenuhi kewajibannya. Sebagai suatu kesatuan, 5C diatas memegang peranan yang cukup penting sepanjang hal tersebut dapat menjamin bahwa tidak ada faktor-faktor penting lain yang dilupakan dalam analisa yang telah dilakukan.

Apabila diasumsikan bahwa jumlah kerugian piutang tetap konstan, dalam hubungannya dengan kebijaksanaan kredit yang diberikan, maka semakin besar jumlah pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang akan dapat mengurangi *bad debt expenses* yang diderita oleh perusahaan. Sehubungan dengan hal ini tentu saja perusahaan

harus menetapkan suatu jumlah optimal dari pengeluaran-pengeluaran untuk mengumpulkan piutang tersebut ditinjau dari sudut pandang untung ruginya bagi perusahaan (*cost benefit viewpoint*).

Perusahaan haruslah berhati-hati untuk tidak terlalu agresif dalam usaha-usaha mengumpulkan piutang dari para langganan. Bilamana langganan tidak dapat membayar tepat pada waktunya maka sebaiknya perusahaan menunggu sampai suatu jangka waktu tertentu yang dianggap wajar sebelum menetapkan prosedur-prosedur pengumpulan piutang yang sudah ditetapkan.

3. Teknik Pengumpulan Piutang

Menurut Bambang Riyanto (1999 : 273), sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan bilamana langganan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan., sebagai berikut :

a. Melalui surat

Bilamana waktu pembayaran hutang dari langganan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada mengingatkan (menegur) langganan yang belum membayar tersebut bahwa hutangnya sudah jatuh tempo.

b. Melalui Telepon

Apabila setelah dikirim surat teguran ternyata hutang-hutangnya tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelpon langganan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran.

c. Kunjungan Personal

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

d. Tindakan Yuridis

Bilamana ternyata langganan tidak mau membayar hutang-hutangnya maka perusahaan dapat menggunakan gugatan perdata melalui pengadilan.

4. Pengendalian Piutang

Pengendalian piutang sebenarnya dimulai sebelum ada persetujuan untuk mengirimkan barang dagangan, sampai setelah penyiapan dan penerbitan faktur dan berakhir dengan

penagihan hasil penjualan. Pengendalian piutang berhubungan erat dengan pengendalian penerimaan kas dan pengendalian persediaan, karena piutang merupakan mata rantai diantara keduanya.

Ditinjau dari cara pendekatan manajemen preventif, maka ada beberapa bidang pengendalian yang umum pada titik mana dapat diambil tindakan untuk mewujudkan pengendalian piutang. Bidang-bidang tersebut adalah :

a. Penyaringan Pelanggan

Untuk menekan serendah mungkin resiko kredit berupa tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para pembeli / pelanggan perlu diadakan penyaringan langganan kredit dengan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya :

- 1) Adanya suatu kesanggupan secara jujur untuk membayar kredit yang telah diterima pelanggan.
- 2) Adanya kemampuan dari pelanggan yang diukur secara subyektif oleh pihak perusahaan.
- 3) Adanya ikatan atau jaminan untuk keamanan dari resiko kredit baik berupa surat-surat penting maupun benda yang ada nilainya dari pelanggan yang diberi kredit.

Dengan syarat-syarat tersebut tidak semua pelanggan akan dilayani penjualan kredit, tetapi setidaknya-tidaknya ada penyaringan sehingga ada harapan pada waktu yang akan datang piutang-piutang yang terjadi akibat penjualan kredit dapat tertagih.

b. Penentuan Resiko Kredit

Dari pengalaman dari tahun-tahun yang lalu dapatlah kiranya ditentukan besarnya kredit

berupa tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan para langganan pada setiap periode tertentu. Sehingga merupakan informasi bagi manajemen keuangan untuk kemudian direncanakan penyediaan cadangan penghapusan piutang atau sekaligus diperhitungkan didalam rencana pengumpulan piutang pada setiap saat di dalam satu periode. Langkah-langkah penentuan resiko kredit adalah :

- 1) Penentuan batas tertinggi resiko kredit.
Besarnya resiko kredit dapat diperhitungkan dengan mengambil dari pengalaman tahun-tahun lalu yang pernah terjadi dari resiko kredit.
- 2) Mengadakan klasifikasi dari pelanggan.
Dari pengalaman masa yang lalu, dapat diperhitungkan resiko kredit yang pernah terjadi, seperti :
 - a) Golongan resiko kredit di bawah 4,75%.
 - b) Golongan resiko kredit pada 4,75%.
 - c) Golongan resiko kredit di atas 4,75%.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang tersedia di PT. Hasjrat Abadi Cabang Jayapura yaitu data piutang dagang, dan penjualan kredit.

Metode analisis data yaitu Analisis kuantitatif adalah teknik analisa yang disusun dalam bentuk angka-angka yang perhitungannya dengan rumus yang mempunyai hubungan dengan masalah yang ada. Rumus rasio yang digunakan adalah perputaran piutang, periode data dalam penelitian ini adalah dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017.

Tabel 1

Tahun	Piutang Awal	Piutang Akhir	Rata-Rata Piutang
2013	11.769.664.260	11.769.664.260	11.769.664.260
2014	11.769.664.260	8.434.512.707	10.102.088.484
2015	8.434.512.707	10.146.635.974	9.290.574.341
2016	10.146.635.974	24.107.668.994	17.127.152.484
2017	24.107.668.994	28.268.101.261	26.187.885.128

Dari diatas, maka kita dapat melihat hasil perhitungan rata-rata piutang untuk tahun 2013 Rp 11.769.664.260,- tahun 2014 menurun menjadi Rp 10.102.088.484, tahun 2015

kembali mengalami penurunan menjadi Rp 9.290.574.341, tahun 2016 meningkat sebesar Rp 17.127.152.484, dan pada tahun 2017

kembali meningkat menjadi Rp 31.187.885.128,-.

Berdasarkan formula tersebut, maka dapat diketahui rata-rata piutang pada tabel berikut :

Hasil Analisis

1. Rata-Rata Piutang
Untuk menentukan besarnya tingkat perputaran piutang dan umur rata-rata
2. Tingkat Perputaran Piutang
Rasio ini merupakan kemampuan dana yang tertanam dalam keseluruhan piutang

Tabel 2

Tahun	Perputaran Piutang	Umur Piutang	Jatuh Tempo
2013	7,04 kali	51 hari	60 hari
2014	10,68 kali	34 hari	50 hari
2015	12,80 kali	28 hari	50 hari
2016	6,27 kali	57 hari	60 hari
2017	4,03 kali	89 hari	75 hari

piutang digunakan data jumlah pembelian kredit dan besarnya jumlah piutang yang diperoleh dari tahun 2013 – 2017. Piutang tahun 2013 adalah merupakan piutang awal dan piutang akhir tahun 2013. Rata-rata piutang dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

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

:

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa tingkat perputaran piutang untuk tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 menunjukkan pencapaian target perputaran piutang sudah efisien, hanya pada tahun 2017 menunjukkan pencapaian perputaran piutang yang cukup efisien. Karen pada tahun 2013 sampai tahun 2017 rata-rata membayar hutangnya kepada perusahaan tepat waktu. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2013 yaitu target pembayaran 7 kali dalam setahun (360 : 51 hari). Pada tahun 2014 menunjukkan pembayaran piutang juga sebanyak 10,68 atau 11 kali dalam setahun yaitu (360 : 34 hari) . Pada tahun 2015 pembayaran piutang 12,8 atau 13 kali dalam setahun yaitu (360 : 28 hari), tahun 2016 juga pembayaran piutangnya 6,27 atau 6 kali dalam setahun yaitu (360 : 57 hari) , dan tahun 2017 pembayaran piutangnya 4,03 atau 4 kali dalam setahun yaitu (360 : 89 hari). Artinya bahwa dari perputaran

berputar dalam suatu periode tertentu atau kemampuan modal yang diinvestasikan untuk menghasilkan *revenue*.

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

Berikut ini adalah hasil analisis Tingkat perputaran Piutang dan Umur rata-rata piutang

piutang selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 sudah cukup efisien.

Hal ini di sebabkan karena para pelanggan dalam pembayaran hutangnya kepada perusahaan tepat waktu dan selain itu juga perusahaan lebih selektif dalam menyeleksi pelanggan, sehingga jangka waktu pengumpulan piutangpun cukup efektif, karena semakin cepat waktu penerimaan piutang, maka semakin mudah bagi perusahaan untuk memudahkan perputaran kas.

Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan ter-hadap hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Tingkat perputaran piutang untuk tahun 2013 sampai dengan tahun 2016

menunjukkan pencapaian target perputaran piutang sudah efisien, hanya pada tahun 2017 menunjukkan pencapaian perputaran piutang yang cukup efisien. Hal ini disebabkan karena para pelanggan dalam pembayaran hutangnya kepada perusahaan tepat waktu dan selain itu juga perusahaan lebih selektif dalam menyeleksi pelanggan, sehingga jangka waktu pengumpulan piutangpun cukup efektif, karena semakin cepat waktu penerimaan piutang, maka semakin mudah bagi perusahaan untuk memudahkan perputaran kas.

2. Saran

- a. Sebelum pemberian kredit, sebaiknya dilakukan analisis kredit terlebih dahulu bagi pelanggan.
- b. Adanya unsur kepercayaan dari pihak perusahaan sebagai kreditur kepada pelanggan.

Daftar Pustaka

- Bambang Riyanto, 1999. *Dasar-Dasar Manajemen Piutang*, Gajah Mada, Yogyakarta.
- Baridwan, Zaki. 1993. *Ekonomi Piutang Dagang*, Jakarta.
- , 2004. *Intermediate Accounting*. Penerbit : Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Brigham, dan Houston, 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi 11 Buku 1*, Terjemahan oleh Ali Akbar, Salemba Empat, Jakarta.
- Harahap. 2006. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, Edisi Kelima. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- James A. Hall, 2001. *Manajemen Perkreditan*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Kasmir, 2002. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Grafindo.
- , 2012. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi ke 5, Jakarta.
- Lukman Syamsuddin, 1998. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, PT. Raja Grafindo Yogyakarta.
- Munawir, 2004. *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat, Cetakan Kedua Belas, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- , 2010, *Analisa Laporan Keuangan Edisi IV*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.

- Soemarso, 2002. *Akuntansi Intermedite, Ikhtisar Teori & Soal Jawab*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2004. *Metodologi Penelitian*. Penerbit CV. Alfa Beta. Jakarta
- Wit & Dr. Erhans A. 2000, *Akuntansi I Perusahaan Jasa dan Dagang*, PT. Ercontara Rajawali, Cirebon, Yogyakarta.