

**ANALISIS KEBIJAKAN PIUTANG TERHADAP PEROLEHAN LABA  
PADA PT. TRINIAGA MEDIKA MAKASSAR**

Diajukan Oleh  
DIAN PUSPITA ANJANI ACHMAD  
4517012138



**SKRIPSI**  
**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan**  
**Guna Memperoleh Gelar**  
**Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS BOSOWA**  
**MAKASSAR**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : Analisis Kebijakan Piutang Terhadap Perolehan Laba  
Pada PT Triniaga Medika Makassar

Nama Mahasiswa : Dian Puspita Anjani Achmad

Stambuk/NIM : 4517012138

Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat Penelitian : PT Triniaga Medika Makassar

Telah disetujui:

**Pembimbing I** **Pembimbing II**

   
Dr. Hj. Herminawati Abubakar, SE., M.Si. Indrayani Nur, S.Pd., SE., M.Si.

**Mengetahui dan mengesahkan:**

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Bosowa Makassar

**Dekan Fakultas Ekonomi**

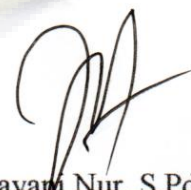
**Universitas Bosowa**


Dr. H.A. Arifuddin Manne, S.E., M.Si., S.H., M.H

**Ketua Program Studi**

**Manajemen**

  
Indrayani Nur, S.Pd S.E., M.Si.

Tanggal Pengesahan.....

## PERNYATAAN KEORSINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Puspita Anjani Achmad  
Nim : 4517012138  
Jurusan : Manajemen Keuangan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul : Analisis Kebijakan Piutang Terhadap Perolehan Pada PT.Triniaga Medika Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya dan karya ilmiah saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain dalam memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan telah disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini, saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Makassar, 7 Juni 2021



Dian Puspita Anjani Achmad

**ANALISIS KEBIJAKAN PIUTANG TERHADAP  
PEROLEHAN LABA PADA PT TRINIAGA  
MEDIKA MAKASSAR**

Oleh :

**Dian Puspita Anjani Achmad  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bosowa**

**ABSTRAK**

Dian Puspita Anjani.2021.Skripsi.Analisis Kebijakan Piutang Terhadap Perolehan laba Pada PT Triniaga Medika Makassar dibimbing oleh Dr.Hj.Herminawaty Abubakar, S.E.,M.Si dan Indrayani Nur, S.Pd.,SE.,M.si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan pengelolaan piutang pada PT Triniaga Medika dan untuk mengetahui dan menganalisis perolehan laba melalui pengelolaan piutang pada PT Triniaga Medika.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Triniaga Medika dalam prosedur pengelolaan dan sistem pengendalian piutang belum dapat dikatakan optimal untuk mengurangi jumlah piutang tak tertagih. *Receivable Turn Over* (RTO) terjadi pada tahun 2018 sebesar 1,522 kali dan terendah pada tahun 2017 sebesar 0,480 kali nilai tertinggi disebabkan karena tingginya kerjasama dari manajemen .

Sedangkan untuk umur rata-rata dari pengumpulan piutang atau *Average collection period-ACP* lebih besar dari standar pengumpulan yang diterapkan oleh perusahaan terutama pada tahun 2017 dimana ACPnya mencapai 760,41 hari ini menggambarkan perusahaan belum efektif dalam mengelola piutang usahanya dikarenakan standar pengumpulan piutang yang diterapkan oleh perusahaan adalah batas pelunasan jatuh tempo selambat-lambatnya 8 (delapan) hari kalender sejak nota tagihan diterima.

**Kata Kunci** :Kebijakan Piutang Terhadap Perolehan Laba



**ANALYSIS OF RECEIVABLES POLICY AGAINST  
INCOME PROFIT AT PT TRINIAGA  
MEDIKA MAKASSAR**

**By:**

***Dian Puspita Anjani Achmad  
Management Study Program  
Faculty of Economics and Business  
Bosowa University***

**ABSTRACT**

*Dian Puspita Anjani.2021.Skripsi.Analysis of Receivables Policy on Earnings Profits at PT Triniaga Medika Makassar was supervised by Dr.Hj.Herminawaty Abubakar, S.E.,M.Si and Indrayani Nur, S.Pd.,SE.,M.si.*

*The purpose of this study was to determine and analyze the policies of receivable management at PT Triniaga Medika and to determine and analyze profit gain through the management of receivables at PT Triniaga Medika.*

*The results of this study indicate that PT Triniaga Medika in its management procedures and accounts receivable control system cannot be said to be optimal for reducing the number of bad debts. Receivable Trun Over (RTO) occurred in 2018 of 1.522 times and the lowest in 2017 of 0.480 times the highest value due to high cooperation from management.*

*Meanwhile, the average age of collection of receivables or Average collection period-ACP is greater than the standard of collection applied by the company, especially in 2017 where the ACP reached 760.41 today, indicating that the company has not been effective in managing its accounts receivable due to the standards for collecting receivables. applied by the company is the deadline for repayment not later than 8 (eight) calendar days from the receipt of the invoice.*

***Keywords: Receivables Policy on Profit Acquisition***

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Untaian puji dan syukur Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, dan teriring salam dan shalawat hanya tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bosowa Makassar, dengan mengambil judul “ Analisis Kebijakan Piutang Terhadap Perolehan Laba Pada PT.Triniaga Medika Makassar”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

1. Pertama-pertama,ucapan terima kasih penulis berikan kepada Rektor Unvirsitas Bosowa Bapak Prof.Dr.Ir.h. Muhammad Saleh Pallu, M.Eng.
2. Kedua Orang Tuan Tercinta, Ibu Hj.Agustina Umar dan ayah, H.Achmad,SE yang selalu memberikan kasih sayang dan nasehat dan selalu mendukung baik moral maupun materi serta doa yang tak pernah putus dalam membimbing dan membesarkan dan menyayangi anak perempuan keduanya sehingga dapat melewati hari- hari dimasa perkuliahan dengan baik.
3. Bapak Dr.H.A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
4. Ibu Dr.HJ.Herminawati Abu Bakar SE, MM selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa

5. Ibu Indrayani Nur, S.Pd., SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas EKonomi Universitas Bosowa
6. Kepada ibu Dr.HJ.Herminawati Abu Bakar SE, MM dan Ibu Indrayani Nur, S.Pd., SE.,M.Si , sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing memberi motivasi dan memberi bantuan literature, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan penulis.
7. Seluruh Dosen Universitas Bosowa yang telah memberikan Ilmu dan pendidikannya kepada penulis sehinga wawasan penulis bisa bertambah. Beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa, terima kasih atas bantuannya dalam pengurusan Administrasi
8. Pimpinan serta seluruh karyawan PT.Triniaga Medika Makassar yang bersedia menerima dan memberikan data-data kepada penulis sehubungan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Segenap Keluarga Penulis (Kakak Putri, adek Fika,Fany,Azizah, Anita,fachri,Ummi Fatiha,Nenek Eda, Puang Idhar, Om Darwis, OM Alwi, Om Hasrulla, Om Achil,Tante Janna, Tante Neni, Tante Vera, Tante Cia, Tante Kati Tante Aming,Tante Ririn dll) yang selalu mendoakan ann mendukung penulis dari jauh.
10. Risdayani yang selalu mendengarkan keluhan dan setia menemani mengurus skripsi ini .
11. Sahabat sahabat .MACCINI (Puja,Vicky,Iksan,Aso,Ayu,Natasya,Anil,Nabila) yang selalu mendukung,motivasi, dan membeeri semangat.

12. Sahabat sahabat tercinta ( Nanda, Nisya, Fika,Nora,Tika,Adriya,Fajrin,Husna) yang selalu mendukung,motivasi, dan membeeri semangat.yang selalu membuat pusing karna skripsi ini

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran konstruktif yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Semoga kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan pahala di sisi Allah SWT,Amin ya rabbal alamin.

Makassar, 07 Juni 2021

Penulis



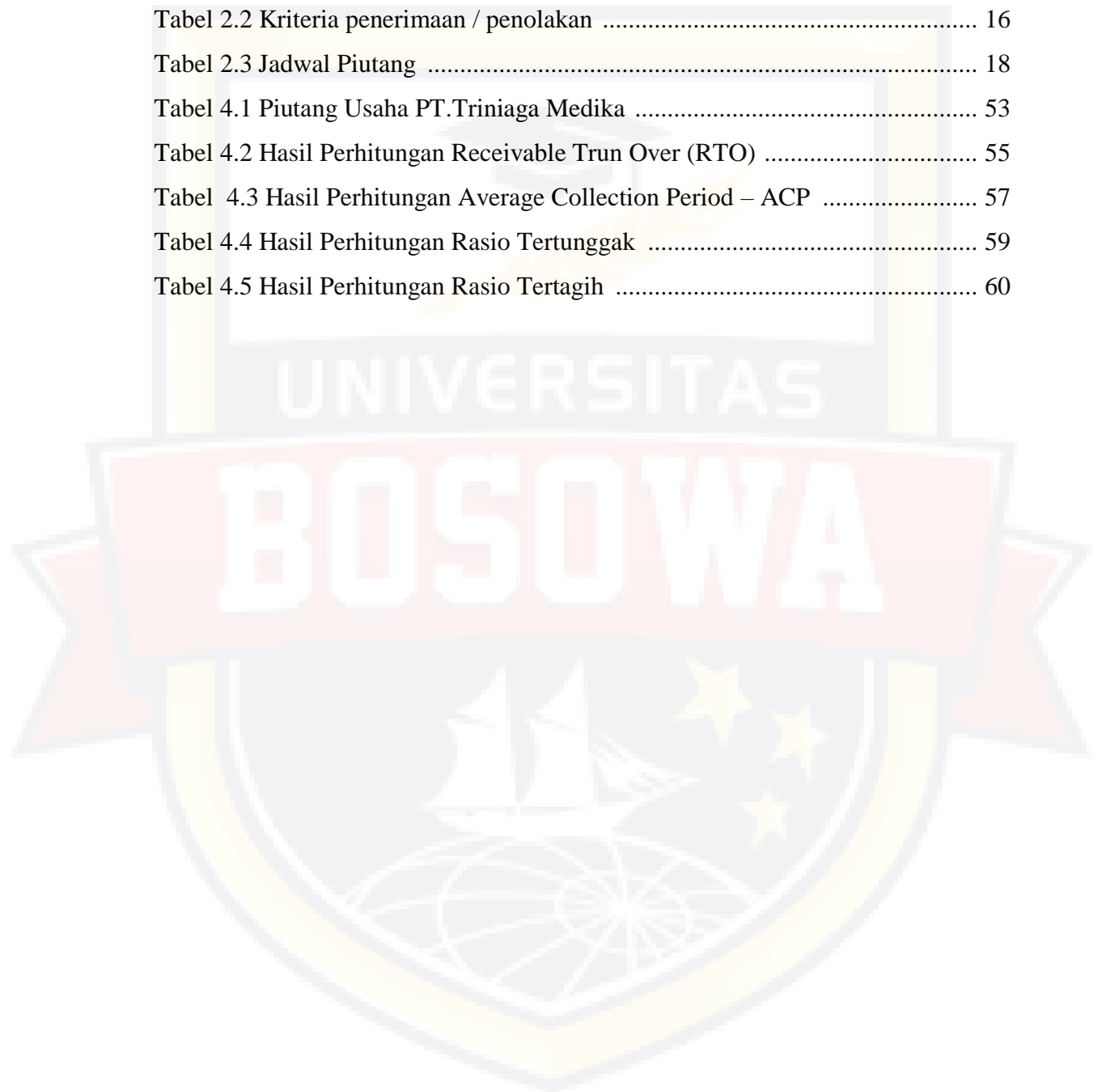
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEORSINILAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Kerangka Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Piutang .....	7
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Piutang .....	7
2.1.3 Tujuan investasi dalam piutang .....	8
2.1.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Besar Kecilnya Piutang..	9
2.1.5 Resiko – resiko Yang Mungkin Timbul Dalam Piutang .....	11
2.1.6 Cara Mencegah Resiko Piutang .....	11
2.1.7 Manajemen Piutang .....	12
2.1.8 Teknik Pengumpulan Piutang .....	26
2.1.9 Laba atau Profitabilitas .....	27
2.1.10 Hubungan Antara Piutang Dan Laba .....	30
2.1.11 Analisis Rasio Keuangan .....	31
2.2 Kerangka Pikir .....	38
2.3 Hipotesis .....	39

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	40
3.1 Lokasi Penelitian .....	40
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4 Metode Analisis .....	42
3.5 Definisi Operasional .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	46
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Sejarah Dinas Perdagangan PT.Triniaga Medika Makassar .....	46
4.1.2 Visi dan Misi .....	48
4.1.3 Struktur Organisasi .....	49
4.2 Kreteria untuk mengukur Efektivitas Pengelolaan Piutang Usaha Perusahaan .....	53
4.3 Perputaran Piuang (Receivable Turn Over-RTO) .....	53
4.4 Umur Rata-Raa Piutang ( Average Colection Period – ACP) .....	56
4.5 Rasio Tunggakan .....	58
4.6 Rasio Penagihan .....	59
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	63
<b>LAMPIRAN</b> .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 CONTOH SCORING .....	15
Tabel 2.2 Kriteria penerimaan / penolakan .....	16
Tabel 2.3 Jadwal Piutang .....	18
Tabel 4.1 Piutang Usaha PT.Triniaga Medika .....	53
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Receivable Trun Over (RTO) .....	55
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Average Collection Period – ACP .....	57
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Rasio Tertunggak .....	59
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Rasio Tertagih .....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pikir .....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. TRINIAGA MEDIKA .....	50



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ekonomi dunia sekarang ini mengalami perkembangan yang tidak signifikan. Penurunan terjadi memasuki awal 2020 dan dampaknya dirasakan sampai sekarang akibatnya semakin terbuka krisis ekonomi, diperparah juga dengan sentiment negative kepada konsep penurunan moneter yang menyebabkan ketidakpastian finansial. Kondisi tersebut justru menjadi peluang pelaku usaha ataupun industri yang baru berdiri. Semakin bertambahnya pelaku usaha ataupun industri baru menjadikan keuangan suatu negara menjadi efektif dan efisien. Kompetisi di antara pelaku usaha dan industri dalam mencapai tujuannya dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki setiap industri berupa modal sendiri diharapkan menimbulkan persaingan yang sehat untuk pengembangan dunia perekonomian.

Berbagai macam usaha yang diusahakan oleh industri dalam operasional aktivitas usahanya, seperti menetapkan harga, memilih strategi penjualan dan memutuskan kebijaksanaan pemasaran industri yang bermaksud supaya industri memperoleh profit dengan cara maksimum dalam pemasaran produk ataupun pelayanan. Tiap industri dalam memperoleh profit biasanya di tempuh dengan menggunakan metode, misalnya memilih kebijaksanaan pemasaran yang direvisi. Industri pada dasarnya hakikatnya memutuskan kebijaksanaan pemasaran dengan cara langsung sebab pemasaran dengan cara langsung memudahkan transaksi bisnis pada konsumen sebab dapat memperoleh pembayaran secara tunai yang bisa



digunakan oleh industri. Pilihan Strategi digunakan setiap industri dapat berupa kebijaksanaan pemasaran dengan cara langsung, maupun pemasaran dengan cara angsuran. pelaksanaan pemasaran dengan cara langsung atau angsuran merupakan suatu upaya buat dalam menghindari terbentuknya penyusutan pemasaran.

Pemasaran dengan cara angsuran menjanjikan profit tertentu untuk industri sebab memiliki daya yang kuat untuk menarik konsumen yang mempunyai modal tetapi tidak cukup ketika melakukan pembelian secara langsung. Pemasaran melalui angsuran, tentu melahirkan piutang untuk industri yang memasarkan produk ataupun pelayanan. Pemasaran dengan cara angsuran tentunya industri tidak mendapatkan nilai dari produk yang dijual pada saat itu. Keadaan seperti ini, Industri telah menanamkan beberapa modalnya berupa piutang untuk diserahkan pada konsumen. Ketika pemasaran dengan cara angsuran bertambah, menyebabkan piutang akan ikut bertambah. Syamsuddin (2009: 255) memaparkan bahwa “piutang mencakup seluruh bisnis yang diperoleh suatu industri dengan cara angsuran namun tidaktanpa menginginkan sesuatu wujud memo ataupun surat resmi secara kontrak yang menunjukkan hak dan kewajiban antara konsumen dengan pembeli“. Bersumber pada penjelasan tersebut diketahui bahwa piutang merupakan desakan pada pihak lain dalam mendapatkan biaya, ataupun pelayanan pada waktu tertentu.

Ketika industri melakukan peminjaman, berbagai efek yang mungkin terjadi seperti tidak terbayarnya beberapa pinjaman, efek keterlambatan pelunasan pinjaman dan efek meningkatnya dana pada peminjam. Perihal tersebut dapat dialami setiap industri, dalam artian sesuatu kegiatan yang merugikan sekalipun

sifatnya sedikit, akan tetapi mampu memunculkan sesuatu kemacetan ataupun memunculkan sesuatu kekalahan dalam kegiatan industri. Metode yang bisa dimanfaatkan dalam menghindari ataupun memperkecil efek pinjaman seperti melaksanakan proses kehati-hatian. Proses kehati-hatian tersebut dimaksudkan untuk menjaga terjadinya hal-hal yang akan terjadi serta melakukan pengelolaan pinjaman dengan konsisten.

Pengurusan piutang ialah rangkaian utama operasinal industri yang menjual produk dengan angsuran, sebab melalui pengelolaan piutang mampu meminimalisir timbulnya efek yang menyebabkan aktivitas operasional industri dapat terhambat dari apa yang telah diagendakan. Pengelolaan piutang lainnya dapat diamati pada produk yang dijual industri melalui angsuran, kebijaksanaan angsuran industri, persyaratan angsuran industri, serta kebijaksanaan pengumpulan pinjaman. Pengurusan piutang wajib dicoba dengan cara efisien sebab tiap pergantian yang terjalin pada kebijaksanaan pengelolaan piutang mampu mempengaruhi kepada jumlah pemodalan pada pinjaman, jumlah pemasaran dan volume pinjaman yang macet.

Begitu pula dalam pemberian piutang dari sudut pengumpulan pinjaman. Upaya pengumpulan piutang dengan efisien hendaknya memiliki profitabel industri sebab terus menjadi usaha yang cepat dengan pengumpulan piutang hingga industri memiliki peluang lebih buat menggunakan dana kerjanya serta tingkatkan keuntungan industri. Keuntungan merupakan perihal yang diidamkan oleh industri, keuntungan merupakan dimensi hasil akhir setiap industri, dan keuntungan pula bermakna industri melaksanakan aktivitas perekonomian secara efisien serta berdaya guna.

Daya guna manajemen piutang dipakai dalam mengenali ketika terjadinya hambatan dalam pembayaran pinjaman serta pinjaman tidak lunas sebagaimana yang telah ditetapkan pada waktu yang disetujui. diperlukan pihak penjamin aktivitas pengembalian pinjaman yang siap melaksanakan tugasnya, industri butuh latar belakang ataupun mengenali karakter dari peminjam. Industri dalam menghindari efek yang ditimbulkan, hendaknya memutuskan terlebih dulu kebijaksanaan angsuran industri dengan memikirkan nilai angsuran, persyaratan angsuran, sebagian besar jumlah angsuran yang hendak diserahkan pada pihak konsumen, dan kebijaksanaan pengumpulan pinjamannya.

PT Triniaga Medika Makassar merupakan salah satu perusahaan *supplier* yang berada dikota Makassar sebagai penyalur alat kedokteran, laboratorium dan diagnostik untuk memenuhi kebutuhan para dokter dan rumah sakit. Perusahaan ini dalam menjual produknya (consumable set) dilakukan secara langsung kepada para konsumen yang memerlukan bantuan alat kedokteran, loaboratorium dan diagnostik. Keputusan perusahaan untuk menyalurkan produknya secara langsung dihadapkan pada berbagai pertimbangan. Pertimbangan utama perusahaan dengan menjual produknya secara langsung diharapkan dapat memperluas jangkauan produk terhadap konsumen yang jauh dari perusahaan sekaligus dapat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan.

Penjualan alat kedokteran (consumable set) oleh PT Triniaga Medika Makassar tidak terlepas dari kebijakan pemberian pembelian secara kredit/piutang oleh perusahaan dalam menyalurkan alat-alat kedokteran yang dipasarkannya

kepada para konsumennya baik yang ada di kota Makassar maupun di daerah lain ataupun kepada perwakilannya.

Berkaitan dengan uraian tersebut, perlu dilakukan sebuah kajian yang dituangkan dalam karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “Analisis kebijakan piutang terhadap perolehan laba pada PT.Triniaga Medika”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bersumber pada fenomena latar belakang di atas, diperoleh permasalahan penelitian yaitu “apakah kebijakan piutang dapat meningkatkan perolehan laba pada PT Triniaga Medika?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan pengelolaan piutang pada PT Triniaga Medika.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perolehan laba melalui pengelolaan piutang pada PT Triniaga Medika.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Untuk Peneliti

Kajian tersebut bermanfaat dalam menambah wawasan serta pengetahuan pada peneliti berhubungan pada permasalahan yang diuraikan serta menyamakan filosofi dan praktik yang terletak di industri tentang kebijakan piutang dalam meningkatkan laba.

## 2. Untuk Tempat Penelitian

Kajian tersebut sebagai nilai input dalam mengenali efektivitas penerapan program kebijaksanaan piutang untuk meningkatkan laba.

## 3. Untuk Almamater

Kajian ini dapat menjadi materi rujukan atau selaku informasi pembanding melalui aspek yang hendak dikaji, menambah sumbangsih persfektif, Mengembangkan pengetahuan, wawasan dan membuktikan fakta nyata dengan riset-riset yang sama mengenai analisis kebijakan piutang terhadap perolehan laba.

UNIVERSITAS

**BOSOWA**





## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Piutang**

Di dunia usaha sudah merupakan hal yang umum bagi perusahaan untuk memberikan piutang barang atau jasa pada para pelanggannya, terutama untuk barang – barang industri dan jasa – jasa tertentu. Dengan memberikan piutang terhadap barang atau jasa yang dijualnya tersebut berarti perusahaan tidak dapat memperoleh uang pada waktu terjadinya penjualan tersebut , sebab uang hasil penjualan tersebut baru dapat diterima beberapa waktu kemudian. Berikut adalah pengertian piutang menurut para ahli :

Menurut Munawir (2004 1 : 15) piutang dagang adalah tagihan kepada pihak lain (kepada kreditor atau langganan) sebagai akibat adanya penjualan barang dagangan secara kredit.

Sedangkan menurut Soemarso (2004:338) mengatakan bahwa piutang merupakan kebiasaan bagi perusahaan untuk memberikan kelonggaran – kelonggaran yang diberikan biasanya dalam bentuk memperolehkan para pelanggan tersebut membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan.

##### **2.1.2 Fungsi dan Tujuan Piutang**

Menurut Hasibuan (2005 : 88) fungsi piutang bagi masyarakat antara lain :

- a. Menjadi motivator dan dinamisator peningkatan kegiatan perdagangan dan perekonomian

- b. Memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat
- c. Memperlancar arus barang dan arus uang
- d. Meningkatkan produktivitas yang ada
- e. Meningkatkan daya guna barang
- f. Meningkatkan kegairahan masyarakat
- g. Memperlancar modal perusahaan
- h. Meningkatkan income per capita ( ICP)

Tujuan piutang menurut Hasibuan (2005 : 88) adalah :

- a. Memperoleh pendapatan dari bunga akredit
- b. Memanfaatkan dan memproduktifkan dana – dana yang ada
- c. Memenuhi permintaan kredit dari masyarakat
- d. Memperlancar lalu lintas pembayaran
- e. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat

### **2.1.3 Tujuan investasi dalam piutang**

Perusahaan tentu hanya bersedia meningkatkan sebagian dari dananya di dalam piutang bilamana investasi tersebut memberikan manfaat baginya. Menurut Kartadinata (1990 : 167) tujuan investasi dalam piutang adalah :

1. Untuk meningkatkan penjualan

Perusahaan yang menjual barangnya dengan kredit akan mampu menjual lebih banyak barang dibandingkan dengan perusahaan yang menuntut pembayaran dengan tunai. Biaya yang harus dipikul perusahaan karena sebagian dari dananya terikat dalam piutang akan diimbangi oleh jumlah penjualan yang lebih tinggi.

a. Untuk meningkatkan laba

Investasi dalam piutang diharapkan akan meningkatkan penjualan. Penjualan yang lebih tinggi dapat di harapkan akan memberikan laba yang lebih besar bagi perusahaan. Ini yang akan terjadi bilamana kontribusi marginal atau laba kotor barang barang masih lebih besar dari pada biaya – biaya sebagai akibat kebijaksanaan kredit yang dipenuhi perusahaan.

b. Untuk memenuhi syarat persaingan

Bilamana perusahaan sejenis lainnya menjual barangnya dengan kredit, perusahaan harus menempuh kebijaksanaan yang serupa untuk dapat bersaing dengan mereka. Kalau tidak, para pelanggan akan melakukan pembelian pada perusahaan yang menentukan syarat – syarat pembayaran yang lebih ringan dari pada perusahaan lainnya.

#### **2.1.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Besar Kecilnya Piutang**

Menurut Riyanto (2001 : 85) dalam rangka usaha memperbesar volume penjualannya kebanyakan perusahaan besar menjual produknya dengan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tapi menimbulkan piutang, dan barulah kemudian pada hari jatuhnya terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang adalah :

a. Volume penjualan kredit

Semakin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutaang. Dengan semakin besar volume penjualan kredit tiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan

investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Semakin besar jumlah piutang berarti semakin besar adanya resiko, tetapi bersamaan dengan itu juga semakin besar profitabilitas yang diperolehnya.

b. Syarat pembayaran penjualan kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayarannya yang pendek. Pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Semakin panjang batas waktu pembayarannya berarti semakin besar jumlah investasinya dalam piutang.

c. Ketentuan tentang pembatasan kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau *plafound* yang ditetapkan bagi masing masing pelanggan berarti semakin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit. Semakin efektif para pelanggan yang diberi kredit akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian maka pembatasan kredit disini bersifat baik kuantitatif maupun kualitatif.

d. Kebijakan dalam mengumpulkan piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. 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 lain yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif. Perusahaan yang disebutkan kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang lain.

e. Kebiasaan membayar dari para pelanggan

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara pembayaran tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternative tersebut.

### **2.1.5 Resiko – resiko Yang Mungkin Timbul Dalam Piutang**

Banyak sekali resiko – resiko yang timbul karena memberikan piutang bahkan kadang – kadang dapat menimbulkan kerugian kemacetan bahkan kegagalan suatu perusahaan. Menurut Nitisemito (2004:92 ) kemungkinan – kemungkinan resiko yang timbul adalah :

- a. Resiko tidak dibayar seluruh piutangnya
- b. Resiko tidak dibayar sebagian piutangnya
- c. Resiko keterlambatan didalam melunasi piutang – piutangnya
- d. Resiko tertanamnya modal dalam piutang.

### **2.1.6 Cara Mencegah Resiko Piutang**

Cara yang paling baik untuk memperkecil resiko piutang adalah dengan jalan *preventif* atau pencegahan. Dikatakan memperkecil resiko piutang, sebab dalam praktek hampir tidak mungkin bagi suatu perusahaan untuk menghilangkan resiko piutang. Dalam usaha pencegahan kemungkinan timbulnya resiko dalam



piutang. Maka kita harus mampu mendapatkan orang – orang atau badan – badan yang benar – benar jujur. selalu tepat waktu dan meyakinkan.

Apabila kita mampu mendapatkan calon debitur yang benar – benar jujur , selalu tepat waktu dan meyakinkan maka sebagian resiko dapat dihilangkan. Meskipun demikian, dengan menggunakan metode tertentu akan dapat mengadakan seleksi yang lebih baik. Menurut Nitisemito (2004 : 93) metode yang dapat ditempuh adalah :

- a. Mencari informasi tentang mental atau kepribadian
- b. Mencari informasi tentang kemampuan keuangan
- c. Mencari informasi tentang jalannya perusahaan
- d. Tahap demi tahap
- e. Membatasi jumlah piutang
- f. Meminta barang atau jaminan
- g. Seksi terhadap *verkooper* atau agent.

### **2.1.7 Manajemen Piutang**

#### **1. Konsep Manajemen Piutang**

Manajemen piutang adalah pengelolaan piutang perusahaan sebagai akibat adanya kebijakan kredit atau kebijakan penjualan secara kredit.

Tujuan dari manajemen piutang adalah menjamin kelancaran kebijakan penjualan kredit yang diterapkan perusahaan melalui penagihan piutang secara tepat tanpa mempengaruhi penilaian kredibilitas ( *credit rating* ) perusahaan.

Dalam manajemen piutang, terdapat tiga hal yang penting yang perlu diperhatikan yaitu :

1. *Credit selection and standards* ( standar perkreditan dan seleksi kredit )
2. *Credit terms* ( syarat – syarat kredit )
3. *Credit monitoring* ( pengawasan kredit )
4. *Credit Selection And Standarts*

Pada tahap awal, perusahaan dapat menerapkan standar perkreditan perusahaan dan melakukan seleksi kredit terhadap calon pelanggan ( konsumen ) yang akan mengambil kredit. Beberapa teknik yang dapat dilakukan dalam melakukan seleksi calon pelanggan atau debitur diantaranya :

- a. Prinsip lima C ( five C's of credit )

Prinsip lima adalah metode untuk melihat kondisi calon konsumen (debitur) dari lima aspek yang dinilai yaitu :

1. Character

Menunjukkan sifat / watak calon debitur. Dalam hal ini dievaluasi sifat/ watak calon debitur yang menggambarkan beberapa besar kemauan untuk membayar ( *willingness to pay* ) untuk mengevaluasi *character* calon debitur, dapat dilakukan dengan melihat catatan masa lalunya dalam membayar kewajiban atau utangnya. Bagi perusahaan dagang dapat melihat dari daftar piutang dan pembayarannya, sementara bagi bank dapat melakukan *bank checking* apakah tingkat kolektibilitasnya termasuk lancar, dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan atau macet.

2. Capacity

Menunjukkan kemampuan calon debitur dalam hal membayar ( *ability to pay* ) utangnya. Kemampuan bayar dapat dilihat dari neraca, dan

laporan arus kas. Selain itu dapat juga dilihat dari mutasi rekening pada calon debitur pada bank dimana perusahaan calon debitur menyimpan dananya.

### 3. Capital

Menunjukkan modal yang dimiliki calon debitur. Untuk melihat modal yang dimiliki dapat dilihat dari neraca calon debitur.

### 4. Collateral

Menunjukkan jaminan yang dimiliki debitur. Jaminan ini merupakan jalan keluar kedua (*the second way out*) setelah jaminan utama yang merupakan objek kredit/ penjualan secara kredit.

### 5. Condition

Menunjukkan kondisi yang akan dilihat dari perekonomian secara umum, kondisi industri dimana perusahaan calon debitur bergerak dan kondisi perusahaan calon debitur.

Setelah melihat berbagai aspek tersebut, maka perusahaan dapat menentukan apakah calon pelanggan atau calon debitur layak atau tidak memperoleh fasilitas kredit.

#### 1. *Credit Scoring*

*Credit Scoring* merupakan penilaian secara menyeluruh terhadap berbagai aspek yang akan memunculkan skor tertentu sebagai dasar pengambilan keputusan layak atau tidak calon debitur memperoleh fasilitas penjualan secara kredit atau fasilitas kredit.

Beberapa aspek yang dinilai di antaranya : Aspek pemasaran, aspek keuangan , aspek SDM, aspek operasi dan aspek lainnya. Beberapa aspek tersebut diberikan bobot tertentu yang secara total bernilai 100%. Nilai masing – masing aspek kemudian dikali bobotnya dan menghasilkan skor tertentu sebagai dasar kelayakan pemberian kredit.

Berikut ini contoh credit scoring :

**Tabel 2.1 CONTOH SCORING**

NAMA CALON DEBITUR : PT Anugeraah

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilani (N)	Bobot (B)	N x B
1	Aspek Pemasaran	80	20%	16
2	Aspek SDM	70	20%	14
3	Aspek keuangan	90	20%	18
4	Aspek Operasi	75	20%	15
5	Aspek lingkungan	40	10%	4
6	Aspek lainnya	60	10%	6
	Total	415	100%	73

Kemudian berdasarkan nilai total N x B tersebut, perusahaan membuat kriteria kelayakan (penerimaan / penolakan ), misalnya.

**Tabel 2.2** Kriteria penerimaan / penolakan

Nama Calon Debitur ( konsumen ) PT Anugerah

No.	Nilai	Keputusan
1	80 s.d 80	Sangat direkomendasikan
2	70 s.d 79	Direkomendasikan
3	Di bawah 70	Tidak direkomendasikan

Dari hasil perhitungan  $N \times B$  untuk PT Anugerah, diperoleh total nilai 73 yang berarti bahwa untuk konsumen tersebut cukup dapat direkomendasikan untuk memperoleh fasilitas kredit.

## 2. Credit Terms

*Credit terms* adalah persyaratan atau skim kredit yang menunjukkan beberapa lama jangka waktu kredit, jangka waktu potongan penjualan, maupun tingkat potongan penjualan.

Berikut ini contoh *terms of credit* :

*Credit period* ( periode kredit ) : 30 hari

Discount period ( periode potongan ) : 10 hari

Cash discount ( potongan tunai ) : 2%

**Penulisan *terms of credit* : 2/10,net 30**

Contoh di atas menunjukkan bahwa perusahaan memberlakukan kebijakan penjualan secara kredit kepada konsumen dapat melakukan pembayaran pada

periode potongan sebesar 2%. Untuk *credit terms* ini dapat ditentukan oleh perusahaan, misalnya : net 30, net 60, 3/10 net 30, 2/15 net 45 dan lain lain.

Perusahaan dapat melakukan perubahan kebijakan penjualan secara kredit setelah mempertimbangkan *benefit* ( manfaat ) dan *costs* ( biaya ) atas perubahan kebijakan tadi. Sepanjang hasil perhitungan *benefit* – *cost* menghasilkan tambahan keuntungan bagi perusahaan, maka perubahan *credit terms* tadi bisa dijelaskan, dan sebaliknya jika ternyata setelah dihitung *cost-nya* lebih besar dari pada *benefit-nya*, atau dengan kata lain perusahaan akan mendapat tambahan biaya yang lebih besar atau perusahaan menjadi merugi, maka kebijakan perubahan *credit terms* tidak dijalankan.

### 3. Credit Monitoring

*Credit monitoring* merupakan kegiatan pemantauan piutang apakah konsumen (debitur) membayar utangnya sesuai dengan persyaratan kredit (*credit terms* ) yang telah ditentukan di muka. Perusahaan tentu menginginkan agar piutangnya segera dibayar oleh konsumen, pembayaran yang terlalu lama makin merugikan perusahaan karena dana yang tertanam dalam piutang menjadi lebih lama sementara dana tersebut sebetulnya berbiaya. Semakin cepat piutang tertagih maka bagi perusahaan tidak perlu lama menanamkan dananya dalam piutang.

Kegiatan *credit monitoring* ini perlu diupayakan secara intensif melalui berbagai aktivitas diantaranya mengingatkan tanggal jatuh tempo piutang seminggu sebelum piutang jatuh tempo melalui surat, kemudian mengingatkan melalui telepon dan lain – lain. Upaya – upaya diatas dilakukan dengan harapan konsumen dapat melakukan pembayaran tepat pada saat jatuh tempo.

Beberapa teknik yang dapat dilakukan dalam *credit monitoring* diantaranya :

- a. Mempercepat rata – rata lamanya periode pengumpulan piutang (*average collection period* )

*Average collection period* ( ACP ) adalah periode rata – rata lamanya penagihan piutang. Mempercepat ACP dapat dilakukan dengan cara sesegera mungkin mengkliringkan cek yang diterima dari hasil pembayaran yang dilakukan konsumen. Memperlambat proses pencairan cek dapat memperlama ACP.

- b. Membuat/menjadwalkan piutang jatuh tempo (*aging of accounts receivablae* )

Membuat pengelompokan piutang berdasarkan jatuh temponya. Hal ini dilakukan dengan harapan proses monitoring piutang menjadi lebih mudah dilakukan terutama jika akan digunakan teknik – teknik penagihan piutang secara bertahap. Contoh bentuk jadwal piutang jatuh tempo :

**Tabel 2.3 Jadwal Piutang**

No.	Nama Konsumen	Umur Piutang	Jumlah piutang	Presentase
1	PT Maju	0 – 30 hari	Rp100 juta	6.67 %
2	PT Jaya	31 – 60 hari	Rp 300 juta	20.00%
3	PT Tumbuh	61 – 90 hari	Rp 500 juta	33.33%
4	PT Kembang	91 – 120 hari	Rp 200 juta	13.33%
5	PT Selamat	>120 hari	Rp400 juta	26.67%
	TOTAL		Rp 1.500 juta	1000 %

Berdasarkan data di atas , maka perusahaan dapat mengonsentrasikan terlebih dahulu kepada PT Maju, karena perusaha tersebut akan jatuh tempo dalam sebulan kedepan ( 0 – 30 ) hari ) kemudian kepada PT jaya yang akan jatuh tempo lebih sebulan sampai dengan dua bulan kedepan dan seterusnya.

c. Melakukan penagihan piutang secara bertahap

Proses penagihan piutang kepada konsumen dapat dilakukan secara bertahap sebagai berikut :

1. Mengirimkan surat pemberitahuan jatuh tempo tagihan
2. Mengirimkan surat pemberitahuan tagihan dapat dilakukan atau beberapa kali sebelum jatuh tempo tagihan. Hal ini sebagai upaya untuk mengingatkan konsumen agar mempersiapkan pembayaran utangnya.
3. Mengingat melalui telepon
4. Mengingat langsung ke konsumen untuk sekedar mengingatkan akan jatuh tempo tagihan ( piutang ) perusahaan
5. Melakukan kunjungan langsung ke konsumen, untuk melakukan penagihan dapat dilakukan setelah upaya melakukan pengiriman surat dan pemberitahuan melalui telepon tidak membuahkan hasil.
6. Meminta bantuan perusahaan jasa penagihan ( *debt collector* )
7. Setelah upaya penagihan oleh perusahaan sendiri tidak berhasil, maka perusahaan dapat meminta bantuan perusahaan jasa penagihan untuk menagih langsung ke konsumen. Tentu saja perusahaan akan membayar fee kepada *debt collector* tersebut .
8. Melakukan eksekusi jaminan melalui pengadilan



9. Jika keseluruhan upaya di atas juga tidak berhasil, maka jalan terakhir adalah dengan melakukan eksekusi jaminan setelah terlebih dahulu diselesaikan lewat jalur pengadilan.

#### 4. Kebijakan Kredit

Dalam memberikan keputusan apakah seorang pelanggan diberi kredit dan berapa jumlah kredit yang akan di berikan ditentukan dalam kebijakan kredit perusahaan. Menurut Syamsuddin (2009:256) adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang pelanggan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak jumlah kredit yang diberikan tersebut. Tidak hanya mementingkan standart kredit yang diberikan, tetapi perusahaan – perusahaan juga penetapan standart secara tepat untuk membuat keputusan dalam memberikan kredit.

Menurut Brigham (2011:81) kebijakan kredit terdiri atas empat variable yaitu :

1. Priode kredit adalah lamanya waktu yang diberikan kepada pembeli untuk membayarkannya.
2. Diskon adalah pengurangan harga yang diberikan untuk pembayaran lebih awal diskon menyebutkan persentase pengurangan secara cepat pembayaran harus dilakukan agar berhak mendapatkan diskon.
3. Standart kredit mengacu pada kemampuan keuangan yang diminta dari pelanggan kredit yang layak untuk diterima. Faktor – faktor yang dipertimbangkan disini adalah rasio – rasio seperti rasio utang dan rasio cakupan bunga pelanggan, riwayat kredit dan sejenisnya.

4. Kebijakan penagihan mengacu pada prosedur yang digunakan untuk menagih rekening – rekening yang telah lewat waktu jatuh tempo, termasuk penggunaan pemaksaan untuk kelonggaran yang dilakukan dalam proses.

#### 5. Persyaratan Kredit

Menurut Sundjaja (2003 : 248) adalah syarat pembayaran yang dibutuhkan bagi pelanggan. Sebagai contoh apabila sebuah perusahaan menggunakan syarat kredit dengan formula  $2/10 - n/30$ , maka artinya pembeli akan menerima program sebesar 2% apabila melakukan pembayaran paling lambat dilakukan 10 hari pada awal periode kredit, tetapi jika pelanggan tidak mengambil diskon tunai maka keseluruhan pembayaran harus dilakukan dalam waktu 30 hari setelah awal periode kredit. Persyaratan kredit berdasarkan contoh tersebut, terdiri dari tiga unsur yaitu :

- a. Potongan tunai atau *cash discount*, dalam contoh diatas sebesar 2%
- b. Periode potongan tunai, dalam contoh diatas adalah 10 hari
- c. Periode kredit dalam contoh diatas adalah 30 hari

Dalam persyaratan kredit perusahaan harus menentukan secara tepat. Perusahaan harus memperhatikan dan memperhitungkan kondisi kemampuan pembeli dan memperhatikan karakteristik pembeli.

#### 6. Standart Kredit

Dalam mengevaluasi berbagai permohonan kredit atau dalam menentukan kebijakan piutang, pengaruh kebijakan piutang yang utama terlihat pada laba perusahaan. Untuk menganalisa pengaruh terhadap laba perusahaan, perusahaan perlu mempersiapkan laporan laba/rugi untuk setiap alternative

kebijakan yang akan dilakukan. Menurut Ridwan (2003 : 276 ) standart kredit adalah persyaratan minimum untuk memberikan kredit pada pelanggan.

Untuk mendapatkan gambaran bagaimana pengambilan keputusan atas standart kredit maka harus memahami beberapa faktor yang akan dipertimbangkan , yaitu :

- a. Variable utama, yang harus dipertimbangkan bila mengevaluasi perubahan dalam standart kredit, yaitu :
  - Volume penjualan ( unit ) atau hasil penjualan ( rupiah )
  - Investasi pada piutang
  - Biaya piutang ragu – ragu
- b. Perbandingan sebagai kebijakan kredit, dalam mengevaluasi berbagai kebijakan kredit atau dalam menentukan kebijakan piutang, pengaruh kebijakan piutang terutama terlihat pada laba perusahaan.
- c. Kebijakan kredit ditinjau dari sudut pandang, jika perusahaan melakukan penjualan kredit maka menimbulkan piutang yang merupakan investasi. Besarnya investasi pada piutang dagang dapat dihitung dengan mencari biaya pengadaan piutang dari jumlah dana yang diinvestasikan pada piutang dan menambahkan dengan biaya dari penghematan atau penambahan yang disebabkan karena adanya perbedaan antara biaya tanpa adanya piutang dan biaya dengan adanya piutang.

## 7. Analisa Kredit

Perusahaan apabila menetapkan standart kredit yang akan ditetapkan maka harus memperhatikan dan mempertimbangkan prosedur untuk menilai

pelanggan mana yang akan diberikan kredit. Analisa kredit adalah suatu proses yang dimaksud untuk menganalisa atau menilai suatu permohonan kredit yang akan diajukan oleh calon debitur kredit sehingga dapat memberikan keyakinan kepada kemungkinan terjadinya kegagalan debitur dalam memenuhi kewajibannya untuk melunasi kredit tersebut.

Terdapat cara untuk menganalisa kredit menurut Syamsuddin (2009 : 265 ), yaitu:

- a. *Chararcter* : aspek ini menggambarkan keinginan atau kemauan para pembeli untuk memenuhi kewajiban – kewajiban sesuai dengan persyaratan yang sudah didapatkan oleh penjual. Pola – pola pembayaran utang pada masa lalu dapat dijadikan pedoman yang sangat berguna dalam bernilai karakter seorang calon pelanggan.
- b. *Capacity* : menggambarkan kemampuan seorang pelanggan untuk memenuhi kewajiban – kewajiban keuangannya. Suatu estimasi yang dianggap cukup baik dapat diperoleh dengan menilai posisi likuiditas dan proyeksi *cashflow* dari calon pelanggan.
- c. *Capital* : menunjukkan pada kekuatan finansial calon pelanggan terutama dengan melihat modal sendiri yang dimilikinya. Analisa terhadap neraca perusahaan dengan menggunakan rasio – rasio finansial yang tersedia akan dapat memenuhi kebutuhan atas penilaian calon pelanggan.
- d. *Collateral* : menggambarkan aktiva yang dijadikan sebagai jaminan oleh calon pelanggan. Akan tetapi biasanya hal ini bukanlah merupakan pertimbangan yang sangat penting karena tujuan perusahaan dalam

memberikan kredit bukanlah untuk menyita kemudian menjual aktiva pelanggan tetapi tekanannya adalah pada pembayaran kredit yang sudah di tetapkan.

- e. *Conditions* : menunjuk kepada keadaan ekonomi secara umum dan pengaruhnya atas kemampuan perusahaan calon pelanggan dalam memenuhi kewajibannya.

#### 8. Perputaran Piutang

Perputaran piutang merupakan bagian dalam menentukan efektivitas pengelolaan piutang. Menurut Syamsuddin (2009 : 49 ) “ semakin tinggi *account receivable turnover* suatu perusahaan semakin baik pengelolaan piutangnya. *Account receivable turnover* dapat di tingkatkan dengan jalan memperketat kebijaksanaan penjualan kredit, misalnya dengan jalan memperpendek waktu pembayaran “.

Walaupun kebijakan yang disebutkan cukup sulit untuk diterapkan, karena semakin ketatnya kebijaksanaan penjualan kredit kemungkinan besar volume penjualan akan menurun, sehingga hal tersebut tidak berdampak baik bahkan berdampak sebaliknya. Oleh karena itu, manajemen keuangan perlu mempertanyakan adanya *account receivable turnover* yang sangat tinggi dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya, karena hal tersebut mungkin berarti kurang baik kebijaksanaan kredit yang telah ditetapkan.

#### 9. Mempercepat Perputaran Piutang

Apabila kita sanggup mempercepat perputaran piutang, maka kita akan mendapatkan dua keuntungan sekaligus atau dengan kata ungkapan yang

terkenal “ sekali mendayung dua pulau terlampaui “ . keuntungan pertama adalah modal yang terikat pada piutang dapat lebih efisien atau dengan kata lain kita dapat meningkatkan keuntungan modal yang tertanam dalam piutang.

Keuntungan yang kedua dengan perputaran piutang yang lebih cepat maka berarti waktu terikatnya modal dalam piutang lebih pendek sehingga kemungkinan resiko diundur atau tidak dibayar lebih kecil, menurut Nitisemito (2004 : 97 ) cara yang di tempuh antara lain :

- a. Memberikan potongan harga bagi yang membayar kontan atau tempo lebih pendek
- b. Mengusahakan agar barang atau jasa lebih digemari
- c. melatih verkooper lebih baik.

#### 10. Kebijakan pengumpulan piutang

Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan menurut Syamsuddin (2009 : 272 ) adalah “merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang – piutang bilamana sudah jatuh tempo “. Sebagai dari keektifian suatu perusahaan dalam menerapkan kebijakan pengumpulan piutang dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya tergantung pada kebijaksanaan pengumpulan piutang tetapi kepada kebijaksanaan – kebijaksanaan penjualan kredit yang telah di tetapkan.

Apabila terjadi jumlah kerugian piutang yang konstan, maka dalam hubungannya dengan kebijakan kredit yang di berikan makin besar jumlah pengeluaran – pengeluaran untuk pengumpulan piutang dan mengurangi *bad*

*debt expenses* yang dialami oleh perusahaan. Perusahaan menetapkan suatu jumlah optimal dari pengeluaran untuk mengumpulkan piutang tersebut dari sudut pandang untung dan ruginya bagi perusahaan (*cost benefit viewpoint*).

### **2.1.8 Teknik Pengumpulan Piutang**

Menurut Syamsuddin (2009 : 273) ada sejumlah teknik yang dapat digunakan oleh perusahaan bila piutang belum dibayar sampai dengan waktu yang telah dibayarkan, yaitu :

- a. Melalui surat : bilamana waktu pembayaran piutang dari pelanggan sudah lewat beberapa hari tetapi juga belum dilakukan pembayaran maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada mengingatkan 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.
- b. Melalui telephone : apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata utang – utangnya tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelepon pelanggan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut ternyata misalnya pelanggan mempunyai alasan yang dapat diterima maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan sampai suatu jangka tertentu.
- c. Kunjungan personal : teknik pengumpulan piutang dengan jalan melakukan kunjungan pribadi ketempat pelanggan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha – usaha pengumpulan piutang.

- d. Tindakan yuridis : Bilamana ternyata pelanggan tidak mau membayar utang – utangnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan – tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

### **2.1.9 Laba dan Profitabilitas**

#### **1. Macam – macam Laba**

Terdapat tiga pengukuran yang dibedakan dalam macam – macam laba , yaitu :

##### **a. Profitabilitas berdasarkan volume penjualan**

Pengukuran profitabilitas berdasarkan volume penjualan ini terbagi menjadi tiga pengukuran, diantaranya adalah :

- Gross Profit Margin ( GPM ) merupakan persentase dari laba kotor dibandingkan dengan total penjualan.
- Operating Profit Margin ( OPM ) merupakan persentase dari laba operasi atau laba sebelum pajak dibandingkan dengan total penjualan.
- Operating Profit Margin ( OPM ) merupakan persentase dari laba operasi atau laba sebelum pajak dibandingkan dengan total penjualan.

##### **b. Profitabilitas Berdasarkan Total Aktiva**

Return On Investment (ROI) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan.



c. Profitabilitas Berdasarkan Modal Sendiri

Profitabilitas On Equity (ROE) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan.

2. Usaha – usaha Untuk Meningkatkan Laba

Tinggi rendahnya laba ekonomis dipengaruhi oleh faktor – faktor yang meliputi :

- a. Profit Margin, yaitu perbandingan antara net operating income dengan net sales yang dinyatakan dengan persentase, atau dengan kata lain profit margin adalah selisih antara net sales yang dinyatakan dalam persentase. Untuk menghitung profit margin menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Net Operating Income}}{\text{Net Sales}} \times 100\%$$

Besar kecilnya operating income dalam hubungan dengan net sales dapat dipegunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan. Besar kecilnya profit margin pada setiap transaksi sales ditentukan oleh dua faktor yaitu dengan net sales dan operating income. Besar kecilnya net operating income ( laba usaha ) tergantung pada pendapatan dari sales dan besarnya biaya usaha. Dengan jumlah biaya usaha tertentu profit margin dapat diperbesar dengan memperbesar sales atau dengan jumlah sales tertentu. Profit margin dapat diperbesar dengan menekan atau memperkecil biaya usaha. Dengan demikian maka terdapat dua alternative untuk memperbesar profit margin, yaitu :

- Dengan menambah biaya usaha sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya sales yang besar. Perubahan besarnya sales dapat disebabkan karena harga penjualan per unit, apabila volume sales dalam unit sudah tetap atau bertambahnya luas penjualan dalam unit. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa menaikkan tingkat sales dapat berarti memperbesar pendapatan dari sales dengan jalan :
  - a) Memperbesar volume sales unit pada tingkat harga per unit
  - b) Menaikkan harga penjualan per unit produk pada total sales dalam unit tertentu.
- Mengurangi pendapatan sales sampai tingkat tertentu, diusahakan adanya pengurangan biaya usaha yang besar - besarnya atau mengurangi biaya usaha relative besar daripada berkurangnya pendapatan dari sales.

#### d. Turnover of Operating Assets

Yaitu kecepatan berputarnya biaya usaha dalam suatu periode tertentu dengan membandingkan net sales dan biaya usaha. Untuk menghitung turnover of operating assets dengan menggunakan rumus:

$$\text{Turnover of Operating Assets} = \frac{\text{Operating sales}}{\text{Net Sales}} \times 100\%$$

Dengan menentukan tingkat perputaran ini dimaksudkan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat pada kecepatan perputaran biaya usaha dalam waktu periode tertentu. Turnover of operating assets dapat dipertinggi dengan cara :

- Menambah modal usaha atau biaya usaha sampai tingkat yang sebesar-besarnya, perbandingan tambahan sales dengan biaya usaha harus lebih tinggi daripada keadaan sebelumnya.
- Mengurangi sales pada tingkat tertentu diusahakan penurunan atau pengurangan biaya usaha sebesar-besarnya. Perbandingan berkurangnya sales dan biaya usaha harus lebih kecil daripada perbandingan semula.

#### **2.1.10 Hubungan Antara Piutang Dan Laba**

Menurut Riyanto (2001:91) tinggi rendahnya *receivable turnover* mempunyai efek langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasi dalam piutang. Semakin tinggi *turnover* berarti semakin cepat berputarnya yang berarti semakin pendek waktu terkaitnya modal dalam piutang sehingga untuk mempertahankan *net credit sales* tertentu dengan naiknya *turnover* dibutuhkan jumlah modal yang kecil yang diinvestasikan dalam piutang.

Apabila suatu perusahaan dapat mempercepat perputaran piutang maka perusahaan akan mendapat dua keuntungan. Dua keuntungan yang didapatkan perusahaan dengan cara mempercepat perputaran piutang adalah :

- a. Keuntungan pertama : modal yang terikat dapat lebih efisien atau dapat meningkatkan keuntungan dari modal yang tertanam dalam piutang.
- b. Keuntungan kedua : dengan perputaran piutang yang lebih cepat berarti waktu terikatnya modal dalam piutang lebih pendek, sehingga kemungkinan resiko tidak terbayarnya piutang juga lebih kecil.

Perputaran piutang yang efektif akan membuat arus perputaran modal dapat terkendali, sehingga terhindar terjadinya penumpukan investasi dalam

piutang. Oleh karena itu, modal kerja yang tertanam dalam piutang dapat digunakan secara efisien dan perusahaan dapat melakukan kegiatan perusahaannya sesuai dengan apa yang direncanakan dengan baik dan lancar. Karena pengelolaan piutang dengan baik serta kelancaran pengelolaan piutang sangat berpengaruh untuk menambah laba perusahaan, sehingga perhitungan profitabilitas perusahaan akan mengalami kenaikan atau peningkatan.

#### **2.1.11 Analisis Rasio Keuangan**

Laporan keuangan melaporkan transaksi bisnis atau peristiwa ekonomi yang terjadi dalam suatu periode waktu tertentu. Transaksi atau bisnis atau peristiwa ekonomi yang terjadi ini dituangkan dalam bentuk angka - angka. Untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan, angka – angka yang ada dalam laporan keuangan akan menjadi lebih bermakna jika angka – angka tersebut saling dibandingkan.

Rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan antara satu pos laporan dengan pos lainnya yang dalam satu laporan keuangan atau antar pos yang ada di antara laporan keuangan.

Contoh perbandingan yang dapat dilakukan antara satu pos dengan pos lainnya dalam satu laporan keuangan adalah dengan membandingkan antara aset lancar terhadap kewajiban lancar ( sebagai rasio likuiditas ) atau antara total kewajiban terhadap total aset ( sebagai rasio solvabilitas ), sedangkan contoh perbandingan yang dapat dilakukan antara pos yang ada di antara laporan

keuangan adalah dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aset ( sebagai rasio profitabilitas ).

Rasio keuangan menunjukkan hubungan yang sistematis dalam bentuk perbandingan antara perkiraan – perkiraan (pos) laporan keuangan. Agar hasil perhitungan rasio keuangan dapat diinterpretasikan, perkiraan – perkiraan yang dibandingkan haruslah mengarah pada hubungan ekonomis yang penting. Contoh perbandingan yang tidak dapat diinterpretasikan, perkiraan-perkiraan yang dibandingkan haruslah mengarah pada hubungan ekonomis yang penting. Contoh perbandingan yang tidak dapat diinterpretasikan adalah perbandingan antara beban perlengkapan dengan harga saham karena beban perlengkapan tidaklah ada kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham perusahaan. Rasio keuangan merupakan alat utama untuk melakukan analisis keuangan dan memiliki beberapa kegunaan.

Rasio keuangan dapat digunakan untuk menjawab setidaknya lima pertanyaan berikut: (1) bagaimana tingkat likuiditas perusahaan; (2) apakah pihak manajemen telah efektif dalam menghasilkan laba operasi atas aset yang dimiliki perusahaan; (3) bagaimana kebutuhan dana perusahaan dibiayai; (4) apakah pemegang saham mendapatkan tingkat pengembalian yang memadai dari hasil investasinya; dan (5) apakah manajemen sudah mencapai target yang telah ditetapkan. Terdapat dua hal penting yang harus diperhatikan ketika melakukan perhitungan rasio keuangan agar diperoleh hasil perhitungan rasio yang lebih tepat. Pertama, untuk beberapa pengecualian, tidak ada ketentuan baku dan tepat untuk perhitungan rasio. Kedua, dalam penghitungan banyak rasio, angka – angka

laporan laba rugi dibandingkan dengan angka – angka neraca dan karena laporan laba rugi mengacu pada satu periode waktu sedangkan neraca mengacu pada suatu titik waktu maka dalam perhitungan rasio tertentu adalah lebih baik jika menghitung rata – rata untuk angka – angka neraca. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menggunakan rasio keuangan sebagai alat analisis. Hal ini akan membantu analis dalam menginterpretasikan hasil perhitungan rasio keuangan sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih tepat. Beberapa hal tersebut adalah :

- Sebuah rasio saja tidak dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan. Untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan maka sejumlah rasio keuangan haruslah diukur atau digunakan secara bersama – sama. Namun demikian, jika hanya satu aspek saja yang ingin dinilai maka pengukuran atau penggunaan satu atau dua rasio keuangan di anggap sudah mencukupi.
- Perbandingan atau komparasi kinerja antara perusahaan seharusnya dilakukan dengan menggunakan data keuangan dari perusahaan sejenis dan pada periode waktu yang sama. Di samping itu, juga adalah penting untuk memastikan bahwa metode akuntansi yang digunakan haruslah sama oleh kedua perusahaan yang ingin diperbandingkan.
- Perhitungan rasio harusnya didasarkan pada data laporan keuangan yang sudah diaudit oleh akuntan independen (akutan publik). Laporan keuangan yang belum di audit masih diragukan sebenarnya sehingga rasio – rasio yang dihitung juga dianggap kurang akurat.

### A. Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Rasio likuiditas diperlukan untuk kepentingan analisis kredit atau analisis rasio keuangan.

Rasio likuiditas terdiri atas :

- a. Rasio lancar (*current ration*), merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia.
- b. Rasio sangat lancar atau cepat ( *Quick Ration atau Acid Test Ration* ), merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan aset dengan lancar (kas + sekuritas jangka pendek + piutang ), tanpa memperhitungkan persediaan barang dagang dan aset lancar lainnya seperti perlengkapan dan biaya dibayar dimuka).
- c. Rasio kas (*cash ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas atau setara kas yang tersedia untuk membayar utang jangka pendek.

### B. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan

atau untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Rasio ini dikenal juga sebagai rasio pemanfaatan aset, yaitu rasio yang digunakan untuk menilai efektifitas dan intensitas aset perusahaan dalam menghasilkan penjualan.

Rasio aktivitas terdiri atas :

- a. Perputaran piutang usaha (*Accounts Receivable Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur beberapa lama penagih piutang usaha atau berapa kali dalam yang tertanam dalam piutang usaha akan berputar dalam satu periode.
- b. Perputaran persediaan (*Inventory Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam persediaan akan berputar dalam satu periode.
- c. Perputaran modal kerja (*Working Capital Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan modal kerja (aset lancar) yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan.
- d. Perputaran aset tetap (*Fixed Asset Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan aset tetap yang dimiliki perusahaan dalam penghasilan penjualan.
- e. Perputaran total aset (*Total Asset Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa jumlah penjualan yang akan dihasilkan setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.



### C. Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu Rasio Tingkat Pengembalian Atas Investasi dan Rasio Kinerja Operasi.

Rasio Tingkat Pengembalian atas Investasi adalah rasio yang digunakan untuk menilai kompensasi finansial atas penggunaan aset atau ekuitas terhadap laba bersih ( laba setelah bunga dan pajak ). Rasio ini terdiri atas :

- a. Hasil Pengembalian atas Aset (*return on assets* ), merupakan rasio yang menunjukkan hasil ( *return* ) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
- b. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*return on equity* ), merupakan rasio yang menunjukkan hasil ( *return* ) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.

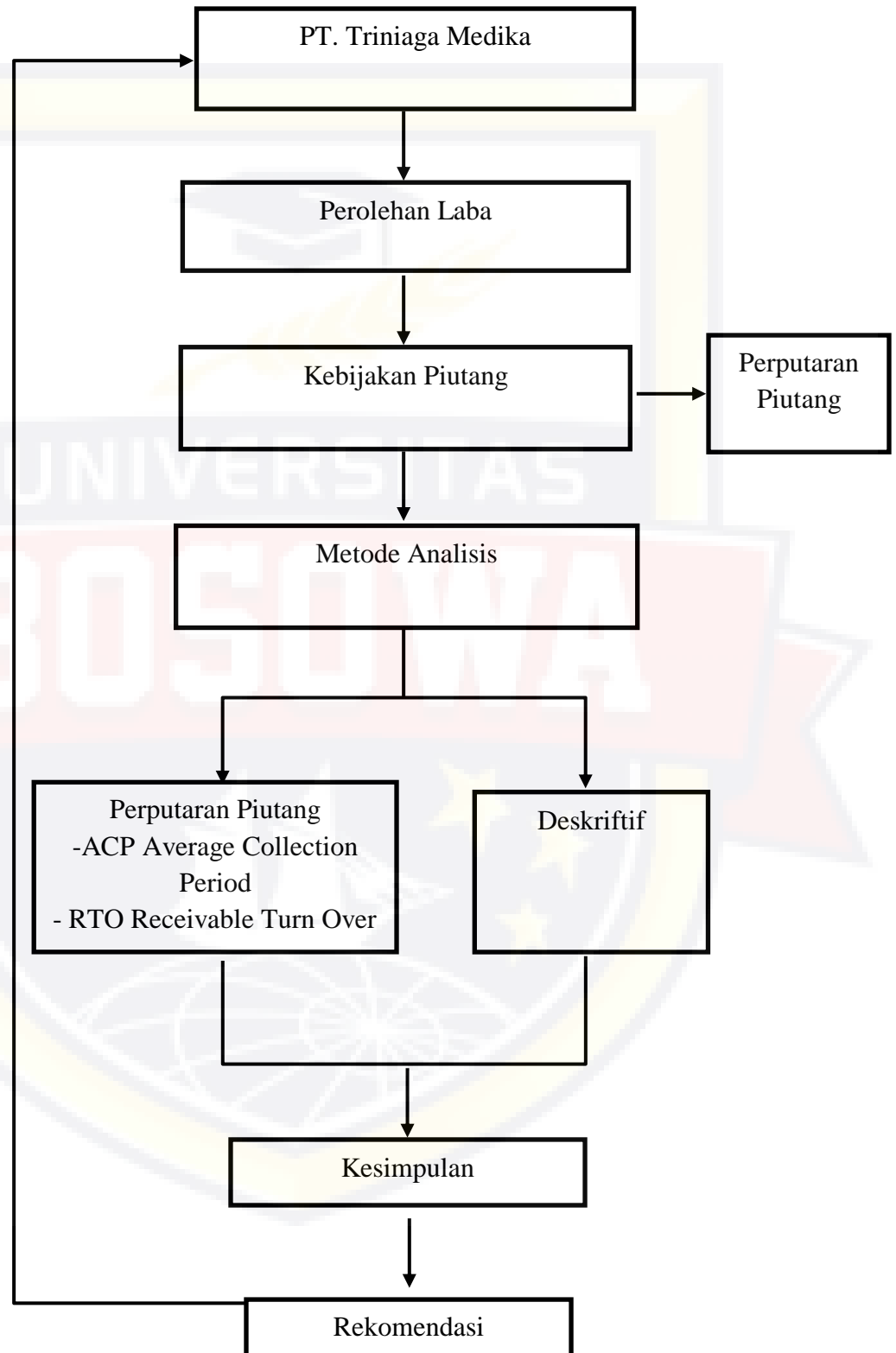
Rasio Kinerja Operasi adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi margin laba dari aktivitas operasi ( penjualan ). Rasio ini terdiri atas :

- a. Marjin Laba Kotor ( *gross profit margin* ), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih.
- b. Marjin Laba Operasional ( *operating profit margin* ), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih.
- c. Marjin Laba Bersih ( *net profit margin* ), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih.

UNIVERSITAS  
**BOSOWA**



## 2.2 Kerangka Pikir



### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pikir yang dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian adalah :

Diduga bahwa kebijakan piutang berupa pengendalian perputaran piutang dapat meningkatkan perolehan laba pada PT Triniaga Medika



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Adapun yang menjadi lokasi penelitian pada penulisan ini adalah PT Triniaga Medika Makassar yang berlokasi di Jalan Topaz Raya Ruko Zamrud I Blok A No. 9 di Makassar. Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan kedepan, dari Maret sampai dengan Mei 2021.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis melakukan pengumpulan data dengan mengadakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan sebagai berikut:

##### **3.2.1 Penelitian Lapangan ( *Field Research* )**

Kegiatan lapangan dilakukan melalui :

1. Observasi

Yakni dengan mengamati dan mencatat langsung kondisi objektif di lapangan khususnya mengenai aktivitas yang berkaitan dengan penjualan kredit alat kedokteran yang dilakukan oleh PT Triniaga Medika Makassar.

2. Wawancara Terstruktur

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab dengan karyawan PT Triniaga Medika Makassar untuk memperoleh data yang berkaitan langsung dengan

piutang-piutang alat kedokteran yang dijual secara kredit dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan.

### **3.2.2 Penelitian Kepustakaan ( *Library Research* )**

Yaitu penelitian untuk maksud memperoleh pengetahuan dan landasan teori dari berbagai literatur lewat hasil penelitian pihak lain yang berkaitan dengan materi yang sedang dibahas dan referensi yang berkaitan dengan objek penelitian.

## **3.3 Jenis dan Sumber Data**

### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah :

- 1) Data kuantitatif, yakni berupa data yang dapat dihitung atau berupa angka-angka yang diperoleh dari bukti laporan perusahaan tentang data penjualan dan data penjualan kredit serta dokumen lain yang berhubungan dengan pembahasan.
- 2) Data kualitatif, yakni data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk informasi yang diperoleh, baik secara lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan penelitian.

### **3.3.2 Sumber Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini diperoleh dari sumber-sumber :

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui responden atau wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan yakni mengenai kebijakan pemberian kredit dan fasilitas kredit bagi Konsumen.

- 2) Data sekunder adalah data yang tertulis berupa bahan-bahan dokumen yang berkaitan dengan kebijaksanaan promosi, dan ditambah dengan bahan-bahan kuliah yang diperoleh penulis selama penelitian.

### **3.4 Metode Analisis**

Untuk menguji sampai sejauh mana kebenaran hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka metode analisis yang digunakan adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data. Karakteristik itu banyak sekali, antara lain: nilai Mean, Median, Sum, Variance, Standar error, standar error of mean, mode, range atau rentang, minimal, maksimal, skewness dan kurtosis.

2. Analisis perputaran piutang Rasio yang berhubungan dengan Piutang Dagang

- 1) Perputaran Piutang (Receivable Turn Over) Menurut Kasmir (2010:247) perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode. Atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Perputaran piutang disebut juga dengan RTO. Makin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang makin rendah dan tentunya kondisi ini semakin baik bagi perusahaan. Sebaliknya jika rasio makin rendah, maka ada over investmen dalam piutang

$$RTO = \frac{\text{penjualan kredit}}{\text{piutang rata-rata}} 100\%$$

2) Periode Pengumpulan Piutang (Average Collection Period)

Menurut Sutrisno dalam Nurjannah (2012:52) menyatakan bahwa ACP digunakan untuk mengetahui jangka waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan piutang menjadi kas. Waktu perputaran piutang dinyatakan dalam hari, hal ini disebabkan syarat pembayaran yang ditetapkan didalam transaksi penjualan dinyatakan dalam satuan hari sebagai satuan waktu.[1]

$$ACP = \frac{360}{RTO}$$

3) Rasio Tunggakan Menurut Keown dalam Nurjannah (2012:53) rasio tunggakan bertujuan untuk mengetahui berapa besar jumlah piutang yang telah jatuh tempo dan belum tertagih dari sejumlah penjualan kredit yang dilakukan.

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} 100\%$$

4) Rasio Penagihan, Rasio penagihan bertujuan untuk mengetahui berapa besar piutang yang tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} 100\%$$

### 3.5 Definisi operasional

1. Definisi operasional adalah dimensi penelitian yang menyediakan data bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana metode dalam mengukur atau



menilai variabel. DO atau definisi operasional merupakan panduan yang benar dalam menakar sebuah variabel, yang mana akan menolong peneliti dalam mempertimbangkan variabel yang setara.

## 2. Piutang

Piutang, atau yang dalam bahasa Inggris sering disebut AR atau *Account Receivable*, yang pengertiannya bisa diterjemahkan sebagai salah satu jenis transaksi akuntansi yang berkaitan dengan penagihan kepada konsumen yang telah berhutang.

Secara umum, piutang adalah sejumlah pinjaman yang terjadi karena penjualan barang atau jasa secara kredit, atau sejumlah pinjaman seseorang kepada orang lain yang dapat ditagih dalam jangka waktu tertentu.

## 3. Kebijakan Piutang

Kebijakan piutang yang baik adalah kebijakan yang dapat mengoptimalkan manajemen piutang dengan mempertimbangkan keuntungan dari piutang tersebut. Untuk itu diperlukan manajemen piutang guna mengatur piutang dalam suatu perusahaan.

## 4. Perputaran Piutang

Pengertian Perputaran Piutang (*Receivable Turnover*) adalah :

Suatu angka yang menunjukkan berapa kali suatu perusahaan melakukan tagihan atas piutangnya pada suatu periode tertentu. Angka ini diperoleh berdasarkan hubungan antara saldo piutang rata-rata dengan penjualan kredit.

## 5. Laba

Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempunyai badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan (revenue) atau investasi pemilik (Baridwan, 1992: 55).



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum PT. Triniaga Medika Makassar

##### 4.1.1 Sejarah Dinas Perdagangan PT.Triniaga Medika Makassar

PT. Triniaga Medika Makassar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan alat kedokteran, laboratorium, diagnostik dan suku cadangnya. Didirikan berdasarkan akte notaris Susanto Wibowo, SH, dengan akte pendirian No.37 tanggal 05 November 1997 dan didaftarkan pada pengadilan Negeri Makassar dengan nama CV. Triniaga Medika Makassar didirikan oleh Tn. Achmad dan Ny. Agustina dan menunjuk Tn. Achmad sebagai direktornya, untuk pertama kalinya PT. Triniaga Medika Makassar berkantor pusat di Jl. Tinumbu Lrg 148 No. 6 (Makassar) dan pada tahun 2002 pindah ke Ruko Zamrud Jalan Topaz Raya Blok A No. 9. Makassar.

Keadaan keuangan perusahaan dari masa ke masa mengalami perubahan yang signifikan, Perubahan oleh notaris Susanto Wibowo, SH, No. 101 tanggal 21 Oktober 1998 dan oleh Notaris Dra. Siti Hasnati, SH No. 01 Tanggal 03 Desember 2012 merubah bentuk perusahaan dari CV. Triniaga Medika menjadi Perseroan Terbatas, PT. Triniaga Medika.

Selama beroperasi, perusahaan ini telah memperoleh kejayaan sebagai agen tunggal dari berbagai macam alat-alat kedokteran, laboratorium, diagnostik dan suku cadangnya hasil produksi pabrik dari Eppendorf – Netheler – Hinz GmbH Jerman yang menjadi *Main Principle* sampai saat

ini. Beberapa perusahaan yang menyusul mempercayakan produknya kepada PT. Triniaga Medika Makassar antara lain Boeckel+Co GmbH Jerman, Eschweiler GmbH & Co. KG – Jerman, Hospitex, Diagnostics – Italy, Haidylena Medical – Mesir, Gambro – Sweden dan lain sebagainya.

PT. Triniaga Medika Makassar mengalami pertumbuhan sampai sekarang serta mampu berdiri sebagai industri yang terpadang serta terpercaya dalam menyediakan alat kedokteran, laboratorium, diagnostik dan suku cadang dari berbagai model dan merek terutama dalam bidang Hemodialisa (Cuci darah). Dalam melakukan kegiatannya PT. Triniaga Medika Makassar telah bekerja sama dengan PT. (Persero) Badan Penyelenggara Jaminan Sosial – penyelenggara asuransi kesehatan terbesar di Indonesia dan berbagai Rumah Sakit – Rumah Sakit terkemuka di Kota Makassar antara lain Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Wahidin Sudirohusodo, RSUD Labuang Baji, RS. Stella Maris, RS. Akademis Jaury Jusuf Putera, RS. Grestelina Makassar dan beberapa rumah sakit serta laboratorium lainnya.

PT. Triniaga Medika Makassar hingga saat ini kegiatan kerjanya mencakup beberapa bidang yaitu :

1. Penjualan dan Penyaluran Unit dan *Consumable set*
2. Penjualan dan Penyaluran Suku Cadang

PT. Triniaga Medika Makassar adalah sebuah perusahaan *supplier* terletak pada Kota Makassar sebagai penyalur alat kedokteran, laboratorium dan diagnostik untuk memenuhi kebutuhan para dokter dan

rumah sakit. Perusahaan ini dalam menjual produknya (consumable set) dilakukan secara langsung kepada para konsumen yang memerlukan bantuan alat kedokteran, laboratorium dan diagnostik. Keputusan perusahaan untuk menyalurkan produknya secara langsung diharapkan pada berbagai pertimbangan. Pertimbangan utama perusahaan dengan menjual produknya secara langsung diharapkan dapat memperluas jangkauan produk terhadap konsumen yang jauh dari perusahaan sekaligus dapat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan.

PT. Triniaga Medika Makassar juga menyalurkan produknya ke luar Sulawesi Selatan dengan menggunakan saluran distribusi tidak langsung yaitu dengan menetapkan perwakilan di suatu daerah. Perwakilan ini berfungsi sebagai perpanjangan tangan PT. Triniaga Medika Makassar di daerah tersebut.

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

##### **Visi**

Visi PT. Triniaga Medika adalah

1. Menjadi perusahaan distributor alat kesehatan yang terpercaya dan profesional di Indonesia
2. Menjadi perusahaan distributor alat kesehatan yang tersebar di seluruh daerah Indonesia

##### **Misi**

Untuk mewujudkan Visi sebagaimana tersebut di atas, maka misi yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

1. Membantu memenuhi pelayanan dan distribusi alat kesehatan untuk rumah sakit, yang cepat, tepat, efektif dan efisien
2. Melayani rumah sakit, dokter, suster dan perangkat medis lainnya dengan profesional, terpercaya dan terbaik
3. Membantu memenuhi kebutuhan Alat Kesehatan yang Mempunyai keunggulan dengan Harga yang Kompetitif

#### **4.1.3 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kelompok jabatan pada perusahaan yang akan mengelola operasi demi mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Apabila suatu perusahaan telah tumbuh sepenuhnya pembagian tugas pekerjaan di dalamnya merupakan suatu keharusan selain itu harus ada ketegasan dan tanggung jawab orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. Sesuatu organisasi bisa menggapai tujuannya bila terdapat pada organisasi tersebut memiliki sistem kegiatan yang bagus, lewat penjabatan kewajiban, wewenang, serta tanggung jawab.

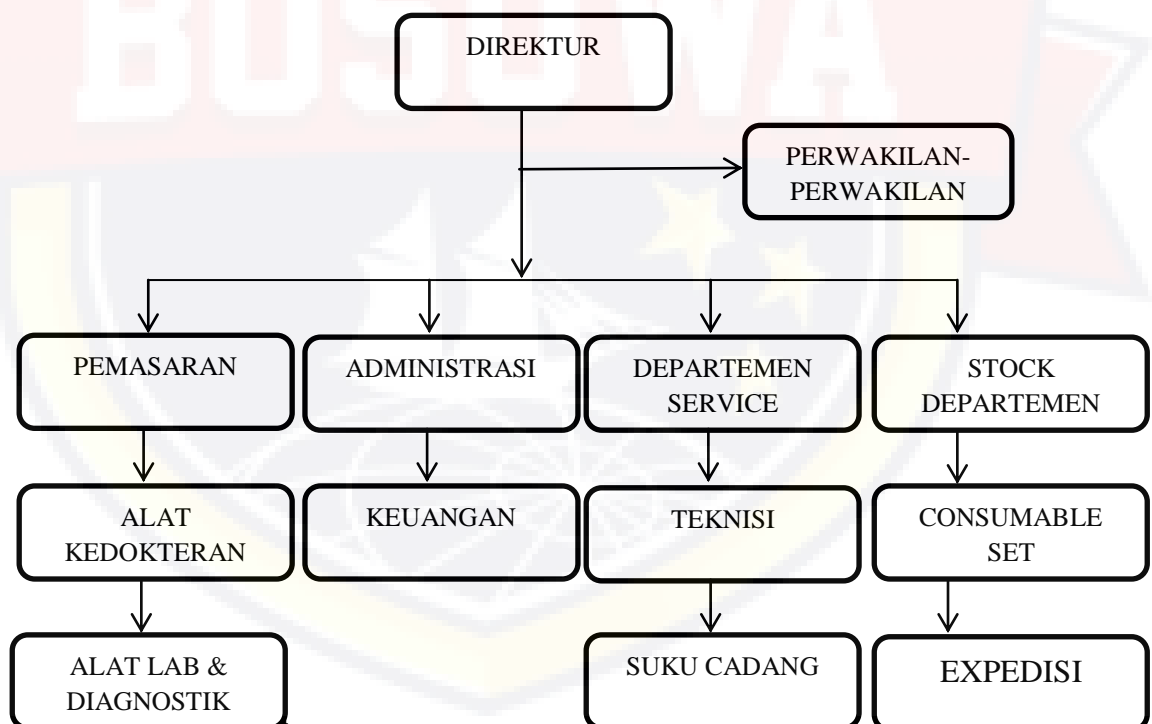
Kewajiban, wewenang, serta tanggung jawab itu dipersatukan lewat aturan ikatan yang simpel serta serasi di dasar sistem koordinasi berakal untuk serta sukses untuk dan berkelanjutan dalam bentuk badan. Berikutnya dalam penjabatan kewajiban pada pegawai butuh pula dicermati mengenai energi kewajiban yang diserahkan ataupun digarap bersama serupa atau dikelompokkan dengan profesi yang terdekat. Sisi tersebut bisa jadi satu ataupun 2 berbagai kewajiban khusus, namun meski dibutuhkan untuk menggapai kesuksesan pembedahan cetak biru ataupun industri, tidak setiap

saat dibutuhkan tugas seperti itu, kadang kala perlu diciptakan jabatan yang tidak tetap yang nantinya akan dipercayakan pada pejabat yang tidak tetap tersebut.

Sehubungan dengan itu maka dalam pembagian tugas ataupun wewenang dan tanggung jawab masing-masing jabatan harus dibatasi secara tegas guna mencegah timbulnya hal-hal yang dapat menghambat kemajuan atau merugikan perusahaan, demikian juga hubungan timbal balik dengan jabatan yang lain. Berikut ini adalah gambaran mengenai struktur organisasi PT. Triniaga Medika

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT. Triniaga Medika**



Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa PT. Triniaga Medika Makassar adalah industry dengan operasional pada bidang *supplier* alat

kedokteran, laboratorium dan diagnostik, dalam hal ini khususnya alat hemodialis, perusahaan ini juga menyediakan suku cadang peralatan kedokteran, laboratorium dan diagnostik untuk dapat memberikan pelayanan purna jual. Dalam hal pengadaan peralatan kedokteran, laboratorium dan diagnostik PT. Triniaga Medika Makassar mendapatkannya dari Distributor-Distributor Utama di Jakarta yang kemudian menyalurkan ke PT. Triniaga Medika Makassar. Wilayah kerja PT. Triniaga Medika Makassar meliputi Indonesia bagian timur yang hingga saat ini telah membuka perwakilan di Palu, Kendari, dan Ambon.

Sistem penjualan yang dilakukan oleh PT. Triniaga Medika Makassar, selain secara tunai dan secara angsuran juga dilakukan dengan sistem *leasing* (pinjam pakai) yang dituangkan dalam bentuk kerja sama. Sasaran penjualan tunai adalah untuk menjaga posisi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial perusahaan setiap saat. Sedangkan dengan sistem angsuran dan *leasing* adalah untuk memperluas *market share*. Pelanggan yang membeli secara angsuran dibebankan uang muka sebanyak 30% sampai dengan 50% dari total harga penjualan kredit, kemudian sisanya dicicil setiap bulan untuk jangka waktu pelunasan dua sampai empat bulan. Penjualan dengan sistem kredit ini dibebankan biaya bunga yang besarnya sesuai dengan tingkat bunga yang sedang berlaku. Untuk Sistem *leasing* peralatan dipinjamkan kepada pihak pengelola Rumah Sakit atau Laboratorium dengan target pembelian yang telah disepakati bersama yang biasanya dituangkan dalam suatu perjanjian kerjasama yang mengikat kedua belah pihak.



Adapun jenis-jenis alat kedokteran, laboratorium dan diagnostik yang dipasarkan oleh PT. Triniaga Medika Makassar antara lain :

a. ECG (Electrocardiograph)

Alat untuk mengukur pulsa jantung

b. USG (Ultrasounografi)

Alat untuk melakukan *scanning* terhadap organ tubuh manusia bagian dalam dan banyak digunakan untuk melihat perkembangan bayi dalam kandungan.

c. Hemodialysis Machine

Alat cuci darah bagi penderita gagal ginjal akut dan kronik

d. Laboratory Equipment

Terdiri dari peralatan kimia klinik, hematologi dan patologi, imunologi dan Mikrobiologi, kesemuanya digunakan untuk melakukan diagnosa kimia darah.

e. Reangenesia

Merupakan bahan habis pakai untuk melakukan diagnosa yang digunakan pada Laboratory equipment termasuk Tes Kehamilan.

f. Consumable Set

Merupakan bahan habis pakai untuk peralatan-peralatan USG, ECG, dan Hemodialisys Machine.

g. Dan Lain Sebagainya

#### 4.2 Kreteria untuk mengukur Efektivitas Pengelolaan Piutang Usaha Perusahaan

Bersumber pada ulasan pada landasan teori, sebagian teknik analisa yang dipakai dalam menilai efektifias piutang usaha industri PT. Triniaga Medika yakni :

1. *Receivable Turn Over* (RTO)
2. *Average Collectio Period* (ACP)
3. Rasio Tunggakan
4. Rasio Penagihan

**Tabael 4.1**  
**Piutang Usaha PT.Triniaga Medika**  
**Tahun 2017- 2019**

TAHUN	SALDO AWAL	PENJUALAN KREDIT	PIUTANG TERTAGIH	PIUTANG TERTUNGGAK	TOTAL PIUTANG
2017	96,705,576	478,683,126	575,388,703	421,722,108	997,110,811
2018	582,875,516	733,359,599	316,235,115	165,733,033	481,968,148
2019	738,953,530	971,759,997	710,713,527	477,907,059	1,188,620,586

Sumber : PT.Triniaga Mediaka

#### 4.3 Perputaran Piutang (Receivable Turn Over-RTO)

Rasio tersebut menilai berapa kali (dalam raa- rata) pinjaman yang ada dalam periode waktu. periode waktu perputaran piutang merupakan rentang waktu terdapatnya modal untuk piutang dimana keterkaitan dalam ketentuan pembayarannya. Menilai *Receivable Trun Over* – RTO

$$\text{Receivable Trun Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Total Piutang}}$$

Dimana, Menilai rata-rata piutang yakni,

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

Adapun hasil perhitungan dari receivable turn over adalah sebagai berikut :

a. Tahun 2017

$$\text{RTO} = \frac{478,683,126}{997,110,811} = 0,480$$

Dari perhitungan di atas, menjelaskan bahwa perputaran piutang pada tahun 2017 sebesar 0,480 yang berarti bahwa perputaran piutang PT. Triniaga sangat rendah sehingga berpengaruh terhadap perolehan laba perusahaan.

$$\text{Rata-rata Piutang} = \frac{96.705.576 + 997.110.811}{2} = 546.908.194$$

Rata-rata piutang pada tahun 2017 sebesar Rp.546.908.194 yang berarti bahwa piutang pada perusahaan semakin lama akan semakin besar diakibatkan untuk perputaran piutang yang rata-rata rendah.

b. Tahun 2018

$$\text{RTO} = \frac{733,359,599}{481,968,148} = 1,522$$

Dari perhitungan di atas, menjelaskan bahwa perputaran piutang pada tahun 2018 sebesar 1,522 yang berarti bahwa perputaran piutang PT. Triniaga sangat tinggi sehingga berpengaruh terhadap perolehan laba perusahaan.

$$\text{Rata-rata Piutang} = \frac{582.875.516 + 481.968.148}{2} = 532.421.832$$

Rata-rata piutang pada tahun 2018 sebesar Rp.532.421.832 yang berarti bahwa piutang pada perusahaan semakin lama akan semakin rendah diakibatkan untuk perputaran piutang yang rata-rata rendah .

c. Tahun 2019

$$\text{RTO} = \frac{971,759,997}{1.188,620,586} = 0,818$$

Dari perhitungan di atas, menjelaskan bahwa perputaran piutang pada tahun 2019 sebesar 0,818 yang berarti bahwa perputaran piutang PT.Triniaga sangat rendah sehingga berpengaruh terhadap perolehan laba perusahaan.

$$\text{Rata-rata Piutang} = \frac{738.953.530 + 1.188.620.586}{2} = 963.787.058$$

Rata-rata piutang pada tahun 2019 sebesar Rp. 963.787.058 yang berarti bahwa piutang pada perusahaan mengalami kenaikan.

Perhitungan RTO tersebut dijelaskan dalam table 4.2 di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Perhitungan Receivable Trun Over (RTO)**

TAHUN	PENJUALAN KREDIT	RATA-RATA PIUTANG	RTO
2017	478,683,126	546.908.194	0,480
2018	733,359,599	532.421.832	1,522
2019	971,759,997	963.787.058	0,818

Sumber ; Data diolah

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui nilai RTO terjadi fluktuatif antara tahun 2017 hingga 2019. Kondisi ini menggambarkan bahwa peningkatan RTO di tahun 2017 adalah 0,480 kali. Di tahu 2018 mengalami kenaikan RTO 1,522 kali dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 kinerja RTO mengalami penurun sebesar 0,818 kali. Kondisi ini terjadi disebabkan penjualan angsuran dengan nilai yang tinggi yakni sebanyak Rp. 963.787.058 yang diikuti oleh rata-rata piutang terendah yaitu Rp. 532.421.832 sehingga mengakibatkan tingkat RTO perusahaan sangat tinggi keadaan ini meyakinkan kalau industri berupaya buat membenarkan kemampuan piutang dengan metode peningkatan pemasaran angsuran serta mengurangi seminimal mungkin volume piutang tertunggak, sebab

utamanya harus menjadi besar dalam rotasi piutang sesuatu industri, hingga terus menjadi pengurusan piutang serta bila tingkatan rotasi piutang besar berarti terus menjadi pendek durasi terikatnya modal dalam piutang.

#### 4.4 Umur Rata-Rata Piutang (*Average Coilection Period – ACP*)

Rasio tersebut bertujuan dalam mengenali rata-rata hari yang dibutuhkan buat menghimpun piutang serta mengubahnya jadi pendapatan. Nilai yang diresmikan dari kalkulasi ini hendak dihubungkan pada banyaknya hari yang diresmikan sebagai standar angsuran perusahaan. Mengukur *average collection Period – ACP* sebagai berikut ;

$$\text{Averrage Collection Period} = \frac{365}{\text{Receivable Trun Over}}$$

Kumpulan hasil dari perhitungan ACP yaitu:

a. Tahun 2017

$$\text{ACP} = \frac{365}{0,480} = 760,41$$

Dari perhitungan di atas tampak bahwa ACP yang diperoleh perusahaan sebesar 760,41 artinya bahwa pengumpulan piutang pada PT. Triniaga pada tahun 2017 membutuhkan waktu sebanyak 760,41 hari.

b. Tahun 2018

$$\text{ACP} = \frac{365}{1,522} = 239,81$$

Dari perhitungan di atas tampak bahwa ACP yang diperoleh perusahaan sebesar 239,81 artinya bahwa pengumpulan piutang pada PT. Triniaga pada tahun 2018 membutuhkan waktu sebanyak 239,81 hari.

c. Tahun 2019

$$\text{ACP} = \frac{365}{0,818} = 446,21$$

Dari perhitungan di atas tampak bahwa ACP yang diperoleh perusahaan sebesar 446,21 artinya bahwa pengumpulan piutang pada PT. Triniaga pada tahun 2019 membutuhkan waktu sebanyak 446,21 hari.

Perhitungan ACP tersebut dijelaskan dalam table 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Perhitungan Average Collection Period – ACP**

<b>TAHUN</b>	<b>RTO</b>	<b>ACP</b>
2017	0,480	760,41
2018	1,522	239,81
2019	0,818	446,21

Bersumber pada hasil yang didapat di atas, industri belum efisien dalam mengatur piutang usahanya berdasarkan standar serta batasan waktu yang sudah ditetapkan oleh industri. Sebab industri memutuskan batasan pelunasan ataupun bertepatan pada jatuh tempo paling lambat 8 hari penanggalan semenjak catatan gugatan diperoleh oleh konsumen.

Tingkatan Average Collection Period (ACP) industri amat dipengaruhi oleh tingkatan Receivable Turn Berlebihan (RTO) tahun berhubungan. Terus menjadi besar tingkatan RTO industri hingga terus menjadi bagus pula ACP-nya. Tingkatan Average Collection Period (ACP) industri yang keluar, pada tahun 2018, ialah sebesar 239,81 hari, dimana tingkatan rotasi piutangnya juga amat besar, sebaliknya tingkatan ACP industri yang terendah merupakan pada tahun 2017 dimana tingkatan ACP-nya menggapai 760,41 hari, dimana tingkatan rotasi piutangnya juga amat kecil ialah 0,480 kali pada tahun selanjutnya ACPnya menyusut jadi 446,21 hari ini membuktikan kemampuan piutang usahanya hadapi penyusutan pada tahun 2019.

Kalkulasi perbandingan ini diartikan buat memperhitungkan kemampuan dari usaha pengumpulan piutang industri. Bila baya pada umumnya pengumpulan piutang senantiasa lebih besar dari batasan durasi yang sudah diresmikan industri berarti bisa diklaim industri kurang berdaya guna dalam pengumpulan pinjaman.

#### 4.5 Rasio Tunggakan

Rasio tunggakan ini digunakan untuk mengetahui berapa jumlah piutang yang belum tertagih, berikut cara menghitung rasio tunggakan :

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{\text{Saldo Piutang tertunggak Akhir Periode}}{\text{Total Piutang pada Periode yang Sama}} \times 100\%$$

a. Tahun 2017

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{96.705.576}{997.110.811} \times 100\% = 0,096\%$$

b. Tahun 2018

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{582.875.516}{481.968.148} \times 100\% = 1,209\%$$

c. Tahun 2019

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{738.953.530}{1.188.620.586} \times 100\% = 0,622\%$$

**Tabel 4.4**  
**Hasil Perhitungan Rasio Tertunggak**

TAHUN	PIUTANG TERTUNGGAK	TOTAL PIUTANG PADA PERIODE YANG SAMA	RASIO TUNGGAKAN
2017	421,722,108	575,388,703	0,096%
2018	165,733,033	316,235,115	1,209%
2019	477,907,059	710,713,527	0,622%

Dari tabel di atas membuktikan kalau perbandingan utang industri hadapi instabilitas sejak 2017-2019, tahun 2017 kemampuan industri pulih menggapai titik terkecil, ialah sebesar 0,096%. Perihal ini terjalin sebab industri bisa meminimalkan piutang tertunggak sebesar Rp. 421.722.108 meskipun jumlah piutang sebesar Rp. 575.388.703 pada tahun 2018 mengalami kenaikan rasio tunggakan sebesar 1,209% hal ini dikarenakan jumlah piutang tertunggak sebesar Rp. 165.733.033 di tahun 2019 mengalami penurunan rasio tunggakan menjadi sebesar 0,622% hal ini dikarenakan industri bisa menurunkan besarnya piutang tertunggak yakni sebesar Rp. 477.907.059.

#### 4.6 Rasio Penagihan

Perbandingan penagihan ini dipakai buat mengenali sepanjang mana kegiatan penagihan yang dicoba ataupun berapa piutang tidak tertagih dari keseluruhan piutang yang dipunyai industri serta perbandingan ini pula membuktikan gimana keahlian industri dalam melakukan aktivitas penagihan piutang. Selanjutnya metode membagi perbandingan penagihan;

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{\text{Jumlah Piutang yang Tertagih}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

a. Tahun 2017

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{575.388.703}{997.110.811} \times 100\% = 0,58$$

b. Tahun 2018

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{316.235.115}{481.968.748} \times 100\% = 0,65$$



c. Tahun 2019

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{710.713.527}{1.188.620.586} \times 100\% = 0,60$$

**Tabel 4.5**  
**Hasil Perhitungan Rasio Tertagih**

TAHUN	PIUTANG TERTAGIH	TOTAL PIUANG	RASIO PENAGIHAN (%)
2017	575,388,703	997,110,811	0,58
2018	316,235,115	481,968,148	0,65
2019	710,713,527	1,188,620,586	0,60

Dari tabel di atas membuktikan kalau perbandingan penagihan industri pula hadapi instabilitas sejak 2017-2019. Di tahun 2017 kemampuan industri menggapai perbandingan sebesar 0,58% disebabkan industri bisa mengoptimalkan komponen piutang sehingga besar piutang menjadi Rp. 575.388.703. Walau total piutang bertambah sebesar Rp. 997.110.811. Pada tahun 2018 rasio penagihan menurun sebesar 0,65 hal ini dikarenakan walaupun jumlah piutang tertagih menurun yaitu sebesar Rp. 316.235.115. Pada tahun 2019 terjadi penurunan rasio menjadi sebesar 0,60 dikarenakan industri mampu mengembangkan kemampuan bagian penagihan sampai nilai piutang tertagih menjadi Rp.710.713.527.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Bersumber pada hasil analisa serta penjelasan pada bab pembahasan, oleh karena itu peneliti dapat menyimpulkan, kalau PT. Triniaga Medika dalam metode pengurusan serta sistem pengaturan piutang belum bisa dibilang maksimal dalam kurangi jumlah piutang tidak tertagih. *Receivable Turn Over* (RTO) terjadi pada tahun 2018 sebesar 1,522 kali dan terendah pada tahun 2017 sebesar 0,480 kali nilai teringgi disebabkan karena tingginya kerjasama dari manajemen.
2. Sedangkan untuk umur pada umumnya pada pengumpulan piutang ataupun *Average collection period* > standar pengumpulan yang diaplikasikan oleh industri paling utama pada tahun 2017 dimana ACPnya menggapai 760, 41 hari ini menggambarkan industri belum efektif dalam mengatur piutang usahanya disebabkan standar pengumpulan piutang yang diaplikasikan oleh industri merupakan batasan pelunasan jatuh tempo paling lambat 8 hari penanggalan semenjak catatan gugatan diperoleh.

#### **5.2 Saran**

Seharusnya piutang dikendalikan serta diatur dengan baik pada bagian administrasi ataupun bagian yang terpaut dengan piutang supaya tingkatan rotasi piutang jadi lebih baik. Pengajuan penagihan bisa meningkat serta hendaknya mengurangi jumlah piutang yang tertunggak buat menghindari tampaknya resiko kehilangan piutang. Dan saat sebelum menerbitkan pesan pengantar catatan

gugatan, hendaknya membagikan data ganjaran serta kompensasi untuk customer yang dikenakan supaya bila terjalin keterlambatan pembayaran catatan gugatan cocok dengan bertepatan pada jatuh tempo yang sudah ditetapkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Mokhamad. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Prenadamedia
- Ariani, Anita. 2017. *Optimalisasi Manajemen Piutang pada UD Mitrasantika Furnaturedi Surabaya*.
- Chariri, A., and Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Diana, Sintha Rahma. 2019. *Analisis Laporan Keuangan dan Aplikasinya*. Yogyakarta: INMEDIA
- Harahap, Sofyan Syafitri. 2007. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Hery. 2015. *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: Grasindo
- Jurnal entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-dan-jenis-piutang-dalam-akuntansi/>. Di akses 08 Maret 2021 Pukul 16.32 WITA
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kariyoko. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Malang: Universitas Brawijaya
- Kasmir. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana
- LinovHR. <https://www.google.co.id/amp/s/www.linovhr.com/manajemen-laba/> Di akses 08 Maret 2021 Pukul 16. 34 WITA
- LinovHR. <https://www.google.co.id/amp/s/www.linovhr.com/manajemen-laba/>. Di akses 08 Maret 2021 Pukul 16. 34 WITA
- Munawir, Slamet. 2010. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Nitisemito, Alex S. 2004. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurjannah. 2012. “Analisis Tingkat Perputaran Piutang Pada PT. Adira Finance Makassar.” *Skripsi*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Supramono, Gatot . 2014. *Perjanjian Utang Piutang*. Jakarta: Kencana.

Suyanto, Rachmat, Dadang Kusnandi, Muhardi. 2018. *Manajemen Keuangan Rumah Sakit Konsep Dan Analisis*. Bandung: PT Refika Aditama.

Soemarso. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.

Syamsuddin, Lukman. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.



**L**

**A**

**M**

**BOSOWA**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**





## PT. TRINIAGA MEDIKA

Medical Equipment, Dialysis Products,  
Laboratory & Diagnostica Supplies

Jl Topaz Raya. Ruko Zamrud I Blok A No. 9  
Panakkukang, Makassar 90231  
Telp. +62 411 - 423789, Fax. +62 411 - 423678

TAHUN	SALDO AWAL	PENJUALAN KREDIT	PIUTANG TERTAGIH	PIUTANG TERTUNGGAK	TOTAL PIUTANG
2017	96,705,576	478,683,126	575,388,703	421,722,108	997,110,811
2018	582,875,516	733,359,599	316,235,115	165,733,033	481,968,148
2019	738,953,530	971,759,997	710,713,527	477,907,059	1,188,620,586











