

Daftar Isi

- 1. PERAN PROMOSI DALAM MEMEDIASI LINGKUNGAN PEMASARAN ONLINE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ONLINE (STUDI DI KOTA LHOKSEUMAWE)**
LISA IRYANI, S.Sos., M.A.P...... 1
- 2. ANALISIS PENGELOLAAN PIUTANG YANG EFEKTIF SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PROFITABILITAS CV SUMBER REZEKI KOTA KRUENGGUKUEH**
NANDA AMELIANY, S.Pd, M.Si 11
- 3. DAMPAK KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENINGKATAN SEMANGAT KINERJA DAN SEMANGAT KARYAWAN DI PERUSAHAAN BUMD**
SUFI, S.Sos., M.A.P 23
- 4. IDENTIFIKASI COST BENEFIT ANGKUTAN KAPAL LAUT** 33

ANALISIS PENGELOLAAN PIUTANG YANG EFEKTIF SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PROFITABILITAS CV SUMBER REZEKI KOTA KRUENGGUKUEH

NANDA AMELIANY, S.Pd, M.Si

Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis
Universitas Malikulsaleh - Aceh Utara
ameliany.n@yahoo.com

ABSTRAK

Perusahaan yang menerapkan penjualan secara kredit dapat menyebabkan penundaan pembayaran setelah beberapa lama barang yang telah diterima oleh pelanggan, hal ini berdampak makin besarnya dana yang tertanam dalam piutang akibat pembayaran tertunda. penjualan kredit mempunyai resiko seperti akibat terjadinya karena kemungkinan pelanggan tidak membayar ataupun membayar lebih lambat dari jangka waktu kredit yang diberikan. Mengatasi resiko tersebut sebelum memberikan kredit kepada pelanggan dengan melalui standar kredit yang menggambarkan kualitas minimum untuk dijadikan acuan pertimbangan penilaian pelanggan dengan system 5C yaitu karakter (character), Kemampuan (capacity), Modal (capital), Jaminan (collateral), Kondisi (conditions). Pengelolaan piutang yang efektif menunjukkan perputaran piutang setiap tahun mengalami peningkatan dan pengumpulan piutang selalu tepat dengan target diharapkan perusahaan (Sutrisno, 2007:57). Muslich (2003:108) menyatakan "pengelolaan piutang yang efektif akan mempengaruhi peningkatan profitabilitas perusahaan, karena dalam upaya pengelolaan piutang yang efektif pada perusahaan akan menggambarkan tingkat profitabilitas.

A. PENDAHULUAN

Tingginya persaingan bisnis karena adanya faktor perkembangan perekonomian yang semakin pesat setiap perusahaan harus mampu mengembangkan inovasi, memperbaiki kinerja, dan

membuat strategi khusus untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Salah satu bentuk persaingan antar perusahaan sejenis yaitu bersaing mendapatkan pangsa pasar yang luas dipengaruhi oleh daya beli dari masyarakat. Strategi yang tepat disitulah seperti membuat kebijakan penjualan secara kredit, Penjualan secara kredit merupakan salah satu upaya untuk bisa mengatasi persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya karena penjualan kredit dapat menambah usaha (Manullang, 2005:35).

Perusahaan yang menerapkan penjualan secara kredit dapat menyebabkan penundaan pembayaran setelah beberapa lama barang yang telah diterima oleh pelanggan, hal ini berdampak makin besarnya dana yang tertanam dalam piutang akibat pembayaran tertunda. penjualan kredit mempunyai resiko seperti akibat terjadinya karena kemungkinan pelanggan tidak membayar ataupun membayar lebih lambat dari jangka waktu kredit yang diberikan. Mengatasi resiko tersebut sebelum memberikan kredit kepada pelanggan dengan melalui standar kredit yang menggambarkan kualitas minimum untuk dijadikan acuan pertimbangan penilaian pelanggan dengan system 5C yaitu karakter (*character*), Kemampuan (*capacity*), Modal (*capital*), Jaminan (*collateral*), Kondisi (*conditions*). Pengelolaan piutang tidak hanya analisa kredit yang perlu diperhatikan, persyaratan kredit dan kebijakan pengumpulan piutang sangat penting dalam mengendalikan piutang perusahaan. Persyaratan kredit merupakan kondisi pembayaran kredit yang diberikan kepada pelanggan dan kebijakan pengumpulan piutang merupakan salah satu prosedur yang meliputi waktu dan cara-cara penagihannya kepada pelanggan yang akan melakukan pembayarannya dengan tepat waktu.

Pengelolaan piutang yang efektif menunjukkan perputaran piutang setiap tahun mengalami peningkatan dan pengumpulan piutang selalu tepat dengan target diharapkan perusahaan (Sutrisno, 2007:57). Muslich (2003:108) menyatakan “pengelolaan piutang yang efektif akan mempengaruhi peningkatan profitabilitas perusahaan, karena dalam upaya pengelolaan piutang yang efektif pada perusahaan akan menggambarkan tingkat profitabilitas. Hubungan dari pengelolaan piutang yang efektif dengan profitabilitas yaitu

piutang yang efektif menggambarkan setiap perputaran piutang dalam periode semakin tinggi, sehingga perusahaan berpeluang mendapatkan peluang keuntungan dari timbulnya perputaran piutang yang semakin cepat dan pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

B. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Piutang

Penjualan secara kredit dapat menimbulkan piutang pada perusahaan, piutang merupakan hak menagih dari pemberi uang jasa kepada penerima jasa yang membentuk hubungan dimana yang pihak satu berutang dengan pihak pemberi piutang (Hermawan, 2013:29). Piutang dapat diklasifikasi dua yaitu piutang dagang yang timbul penjualan secara kredit dan piutang non dagang yang timbul dari pinjaman karyawan, pinjaman kepada anak perusahaan, piutang deviden.

Sutrisno (2007:55) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi investasi pada piutang yaitu :

- a. **Besarnya Volume Penjuala Kredit**
Volume penjualan kredit yang diberikan kepada pelanggan akan ikut menentukan besar–kecilnya investasi pada piutang.
- b. **Syarat Pembayaran**
Syarat pembayaran merupakan salah satu informasi berkaitan berakhirnya jatuh tempo piutang yang harus dibayar kepada pelanggan/debitur.
- c. **Plafon Kredit**
Plafon kredit ini menggambarkan jumlah kredit seberapa besar kredit yang akan diberikan kepada pelanggan.
- d. **Kebiasaan Pembayaran Pelanggan**

Apabila kebiasaan membayar para pelanggan dari penjualan kredit mundur dan waktu yang dipersyaratkan maka besarnya jumlah piutang semakin besar.

e. Kebijakan dalam Pengumpulan Piutang

Pengumpulan piutang merupakan elemen sangat penting untuk pengelolaan piutang, karena pengumpulan piutang ini merupakan tagihan kepada pelanggan jika pelanggan sedang jatuh tempo yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Cara Mengurangi Piutang Tak Tertagih

Fahmi (2012:139) menyatakan ada beberapa acuan yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan untuk memperkecil piutang tak tertagih yaitu :

- a. Menghindari keputusan penjualan produk saat kondisi ekonomi menuju krisis moneter.
- b. membatalkan penjualan produk pada saat reputasi buruk dalam dunia bisnis.
- c. menghindari produksi dan penerimaan order saat pasar tidak menentu.
- d. menerapkan prinsip kehati-hatian saat tingkat persaingan semakin tinggi.
- e. ada ukuran presentase yang layak diterapkan untuk besaran piutang.

Manajemen Piutang

1. Pengertian Manajemen Piutang

Manajemen piutang merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam bentuk klaim kepada debitur yang melaksanakan akibat transaksi penjualan secara kredit. Tanggung jawab manajemen piutang memonitor piutang yang sudah timbul tujuannya tidak melebihi batas yang diijinkan (Atmaja, 2008:395).

2. Analisa Kredit

Perusahaan harus menilai individu atau calon pemohon kredit dengan mempertimbangkan kemungkinan piutang tak tertagih atau pembayaran yang lambat. Penganalisaan untuk memberikan kredit menurut Sudana (2011:218) adalah dengan syarat *five C's of credit* yaitu :

- *Character*
- Menggambarkan kepribadian calon pembeli untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang sudah diterapkan oleh penjual.
- *Capacity*
- Menggambarkan kemampuan calon pelanggan dalam mengelola usahanya.
- *Capital*
- Menggambarkan penilaian modal yang dimiliki pelanggan yang nantinya bisa digunakan untuk kelayakan dalam pemberian kredit, dan menentukan plafon kredit yang akan diberikan pelanggan.
- *Collateral*
- Menggambarkan jaminan yang dimiliki pelanggan, jaminan ini digunakan untuk cadangan bilamana pelanggan tidak bisa membayar kewajibannya sehingga jaminan ini merupakan salah satu pengganti masalah kerugian piutang perusahaan.
- *Conditions*
- Menggambarkan kondisi usaha pelanggan dimana digunakan untuk pertimbangan sebelum pemberian kredit kepada pelanggan.

3. Kebijakan Kredit

Brigham dan Houston (2011:281) menyatakan kebijakan kredit merupakan sekumpulan aturan yang meliputi 4 variabel sebagai berikut :

- Periode Kredit
- Periode kredit merupakan lamanya waktu yang diberikan kepada pembeli untuk membayar pembeliannya.
- Diskon
- Diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan untuk pembayaran lebih awal, diskon menyebutkan persentase pengurangan dan seberapa cepat pembayaran harus dilakukan agar berhak mendapatkan diskon.
- Standar Kredit
- (*Credit standarts*) mengacu pada kemampuan keuangan yang diminta dari pelanggan kredit yang layak untuk diterima.
- d. Kebijakan Penagihan
- (*collection policy*) mengacu pada prosedur yang digunakan untuk menagih rekening-rekening yang telah lewat waktu jatuh temponya, termasuk penggunaan pemaksaan atau kelonggaran yang dilakukan dalam proses.

4. Teknik Pengumpulan Piutang

Teknik pengumpulan piutang dilakukan bilamana pelanggan atau pembeli belum memenuhi pembayaran sampai jatuh tempo yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Margaretha (2007:85) menjelaskan ada lima metode dalam penagihan piutang kepada pelanggan yaitu seperti penagihan melalui surat, melalui telepon, mengunjungi personal, pembentukan agen penagih, dan aksi legal. Teknik pengumpulan piutang dilakukan bilamana pelanggan atau pembeli belum memenuhi pembayaran sampai jatuh tempo yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Margaretha (2007:85) menjelaskan ada lima metode dalam penagihan piutang kepada pelanggan yaitu seperti penagihan melalui surat, melalui telepon, mengunjungi personal, pembentukan agen penagih, dan aksi legal.

Ada dua macam yang mempengaruhi efektivitas piutang, yaitu sebagai berikut :

- Tingkat Perputaran Piutang

Salah satu cara untuk mengetahui pengelolaan piutang yang efektif dapat dilakukan dengan menghitung tingkat perputaran piutang dari hasil piutang perusahaan. Tingkat perputaran piutang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktivitas dari piutang yang dimiliki perusahaan. Rasio perputaran piutang ini menggambarkan seberapa besar dana dalam piutang perusahaan berputar menjadi kas (Sugiyarso dan Winarni 2005:34).

- **Hari Rata-rata Pengumpulan Piutang**
Setelah menentukan seberapa besar tingkat perputaran piutang, maka ada pula untuk menentukan umur rata-rata piutang. Umur rata-rata piutang merupakan periode pengumpulan piutang kepada pelanggan yang sudah melakukan transaksi penjualan secara kredit sampai piutang tersebut sudah dilunasi atau dibayarkan dengan keseluruhan (Hanafi, 2010:563).

Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Sugiyarso dan Winarni 2005:118).

Hubungan Efektivitas Piutang dengan Profitabilitas

Hubungan piutang yang efektif dengan profitabilitas yaitu piutang yang efektif menggambarkan setiap perputaran piutang dalam periode semakin tinggi berarti pengelolaan piutang sudah baik mulai cara penagihan piutang kepada pelanggan, sehingga perusahaan berpeluang mendapatkan peluang keuntungan dari timbulnya perputaran piutang yang semakin cepat dan pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Jenis Rasio Keuangan

Ada dua jenis rasio keuangan yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu :

1. Rasio Aktivitas

Rasio Aktivitas merupakan rasio yang disebut rasio perputaran yang mengukur efektivitas perusahaan dengan cara menggunakan berbagai sekelompok macam aktivitya yang memfokuskan kelompok aktiva berupa piutang dan persediaan (Van Horned and Wachowicz, JR 2005:212). Rasio aktivitas meliputi sebagai berikut :

- **Account Receivable Turnover**
Tingkat perputaran piutang menunjukkan seberapa kali dana piutang perusahaan berputar dalam setahun. Menurut Arifin dan Sumaryono (2007:67) Rasio tingkat perputaran piutang menggambarkan kualitas piutang perusahaan dan kesuksesan perusahaan dalam usaha penagihan piutang yang dimiliki tingkat perputaran piutang dihitung sebagai berikut : $RTO = \frac{\text{Penjualan Kredit Bersih}}{\text{Rata-rata Piutang}}$
- **Average Age of Account Receivable**
Arifin dan sumaryono (2007:67) menyatakan umur rata-rata piutang menunjukkan seberapa lama umur rata-rata piutang terikat dalam dana piutang, untuk mengetahui umur rata-rata piutang dapat dilihat dengan cara perhitungan sebagai berikut : $\text{Average Age of Account Receivable} = \frac{360}{RTO}$

2. Rasio Profitabilitas

Mengukur tingkat pengukuran profitabilitas ada beberapa macam yaitu :

- **Gross Profit Margin**
Merupakan perbandingan antara penjualan dikurangi harga pokok penjualan. Untuk menghitung GPM rumusnya dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$GMP = \frac{\text{penjualan} - \text{HPP}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

- **Operating Profit Margin**
OPM mengukur tingkat laba operasi dibandingkan dengan volume penjualan. Tingkat OPM ini dihitung dengan cara sebagai berikut : $OPM = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$

- *Net Profit Margin*
Merupakan perbandingan antara pendapatan bersih dengan kewajiban lancar. Menunjukkan berapa presentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini semakin menunjukkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba. Menghitung tingkat NPM rumusnya sebagai berikut : $NPM = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$.
- *Return on Investment*
ROI merupakan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aset. Perbandingan ini melihat sejauhmana investasi yang telah ditanamkan memberikan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Perhitungan ROI adalah sebagai berikut : $ROI = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$
- *Return on Equity*
ROE mengukur sejauh mana suatu perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Tingkat perhitungan ROE dapat dihitung dengan cara : $ROE = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$.

C. PEMBAHASAN

Standar Penjualan Kredit

Ada dua macam tahap perusahaan menetapkan standar kredit yang akan diberikan kepada pelanggan yaitu :

- a. Penjualan secara kredit hanya diberikan kepada agen/pelanggan yang sudah bekerja sama selama 8 tahun dan lokasi dari agen/pelanggan tidak jauh dari perusahaan.
- b. Perusahaan CV Sumber Rezeki juga memberikan kredit kepada pelanggan baru dengan syarat pembelian hasil produksi Kanstin, Batako, dan Jenis Paving Stone minimal 2.500 Meter.

Persyaratan Penjualan Kredit

Persyaratan kredit yang diterapkan oleh Perusahaan CV Sumber Rezeki untuk syarat pembayaran kepada pelanggan adalah 0/0, n/30.

Kebijakan Pengumpulan Kredit

Usaha yang dilakukan oleh Perusahaan CV Sumber Rezeki dalam rangka penagihan pengumpulan piutang oleh pelanggan adalah dengan cara mengirimkan surat peringatan satu minggu sebelum jatuh tempo yang ditentukan perusahaan. Jika melebihi jatuh tempo, Kabag keuangan menagih piutang dengan cara melalui telepon. Teknik penagihan piutang digunakan untuk memberi peringatan kepada pelanggan segera melunasi pembayaran dari perusahaan.

Hasil dan Interpretasi Data

1. Pengelolaan Piutang

a. Standar Penjualan Kredit

Standar penjualan kredit yang diterapkan oleh Perusahaan CV Sumber Rezeki belum menggambarkan piutang yang dikelola perusahaan mencapai secara optimal. Langkah mengatasi pengelolaan piutang untuk mencapai optimal, perusahaan kedepannya memperbaiki standar kredit yang lama dengan melalui program menyeleksi calon pelanggan baru. Program seleksi calon pelanggan merupakan penanganan khusus sejak dini untuk pelanggan sebelum perusahaan memutuskan memberikan pembayaran secara kredit. Menyeleksi calon pelanggan memberikan pemasukan dari penilaian kepada pelanggan untuk bisa mempertanggung jawabkan jumlah hutang yang akan ditanggung dan dibayarkan tepat pada waktunya kepada perusahaan. Tujuan dari program seleksi calon pelanggan yaitu untuk mendapatkan informasi mengenai latar belakang calon pelanggan dan memberikan keputusan yang akurat sebelum memberikan pembayaran secara kredit kepada pelanggan, sehingga perusahaan juga dapat memperkecil resiko tidak tertagihnya piutang usaha. Adapun langkah-langkah untuk mendapatkan penilaian latar belakang pelanggan antara lain :

- *Character*

Penilaian ini menggambarkan data tentang kepribadian dari calon pelanggan sehingga mengacu terhadap keinginan dan kemauan para pelanggan memenuhi kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan.

- *Capacity*
Capacity menggambarkan kemampuan calon pelanggan dalam mengelola usahanya yang dapat dilihat dari pengalaman mengelola usahanya (*business record*), sejarah perusahaan yang pernah dikelola. *capacity* ini merupakan ukuran dari ability to pay atau kemampuan dalam membayar.
- *Capital*
Penilaian *capital* menggambarkan kondisi kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang dikelolanya. Sehingga *capital* ini bisa dilihat dengan cara melalui neraca, laporan rugi laba, struktur modal, rasio keuntungan yang meliputi *return on investment* dan *return on equity*.

D. PENUTUP

Perusahaan CV. Sumber Rezeki merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri pembangunan yang menghasilkan produk seperti Batako, Kanstin, dan Sejenis Paving Stone. Perusahaan menerapkan kebijakan penjualan 60% dilakukan penjualan secara kredit dan 40% penjualan secara tunai. Hasil perolehan dari pengelolaan piutang usaha yang diterapkan perusahaan periode 2012-2014 mengalami penumpukan, hal ini menunjukkan pengelolaan piutang belum menggambarkan yang efektif. Piutang usaha yang mengalami penumpukan, sehingga profitabilitas perusahaan juga belum bisa memberi gambaran untuk mendapatkan hasil perolehan secara optimal. Maka dari itu pihak CV Sumber Rezeki harus melakukan pengelolaan piutang secara tepat agar tidak terjadinya penumpukan agar tidak mengalami kerugian yang sangat signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, Lukas Setia.

2008. *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Cv. Andi
- Arifin, J dan Sumaryono A.
2007. *BK Basis Komputer keuangan dan Akuntan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Brigham, Egunene F. Dan Houston, Joel F.
2011. *Dasar-dasar Manajemen keuangan II*. Edisi ke sebelas. Jakarta : Salemba empat
- Fahmi, Irham.
2012. *Pengantar Manajemen Keuangan : Teori dan Soal Jawab* Bandung : Cv. Alfabeta
- Hanafi, Mamduh M.
2010. *Manajemen keuangan*. Yogyakarta : BPFE
- Hermawan, Sigit
2013. *Akuntansi Perusahaan Manufaktur*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Manullang, M. Drs.
2005. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Andi
- Margaretha, Farah.
2007. *Manajemen keuangan*. Jakarta: pt. Grasindo
- Sugiyarso, G. dan Winarni, F.
2005. *Manajemen Keuangan : Pemahaman Laporan Keuangan, Pengelolaan aktiva, kewajiban dan modal, serta Pengukuran Kinerja perusahaan*. Yogyakarta : Media Pressindo
-