



**EVALUASI TERHADAP KEBIJAKAN PENGELOLAAN PIUTANG  
DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PERUSAHAAN  
PADA PT. KUALA PANGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi  
pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor**

**Diajukan oleh :**

**SIANNE LIMA SAPUTRA**

**Nrp : 022195090**

**Nirm : 41043403950426**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR**

**2001**

**EVALUASI TERHADAP KEBIJAKAN PENGELOLAAN PIUTANG  
DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PERUSAHAAN  
PADA PT. KUALA PANGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi  
pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor**

**Mengetahui :**

**Dekan Fakultas Ekonomi,**



**(Eddy Mulyadi S, Drs., Ak., MM)**

**Ketua Jurusan**

**(Ketut Suni a, s., Ak IM)**

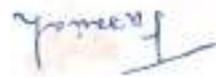
**EVALUASI TERHADAP KEBIJAKAN PENGELOLAAN PIUTANG  
DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PERUSAHAAN  
PADA PT. KUALA PANGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi  
pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor**

**Menyetujui :**

**Penguji,**



**(Fazarrah Mahnuza, Dra., Ak., MM) 1 (Wahyu Eko Budisantoso, Drs., Ak., MBA)**

**Pembimbing,**



**2 (Buntoro Heni Prasetya, Drs., Ak)**

Kupersembahkan Skripsi ini untuk orang-orang yang kucintai :  
Papa, Mama, Sibevanny L. S. dan Freddy L. S.

( Amisal 3 : 13 - 15 )

" Berbahagialah orang yang mendapat  
hikmat, orang yang memperoleh  
kepandaian, karena keuntungannya  
melibihi perak dan hasilnya melibihi emas.  
Ia lebih berharga daripada permata ; apa  
pun yang kau inginkan, tidak dapat  
menyamainya "



## ABSTRAK

PT. Kuala Pangan adalah sebuah perusahaan yang bergerak di dalam industri pangan, khususnya adalah Mie telur. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1974, yang sebetulnya merupakan pengembangan dari perusahaan perseorangan berbentuk firma, yang didirikan pada tahun 1954. PT.Kuala Pangan berlokasi di Jl. Depan terminal No.23-25 Citeureup, Bogor.

Skripsi yang berjudul Evaluasi Terhadap Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada PT Kuala Pangan. Akan membahas mengenai kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan serta pengaruh kebijakan pengelolaan piutang terhadap laba pada perusahaan pada PT. Kuala Pangan.

Kebijakan kredit dan kebijakan penagihan merupakan salah satu kebijakan pengelolaan piutang yang diterapkan PT. Kuala Pangan dalam upaya meningkatkan penjualan. Kebijakan pengelolaan piutang yang efisien adalah kebijakan yang dapat memberikan memberikan tambahan laba yang sesuai, yaitu yang lebih besar daripada tambahan biaya yang dikeluarkan akibat penjualan kredit.

Adapun kebijakan pengelolaan piutang yang ada pada PT. Kuala Pangan adalah sebagai berikut :

### 1) Standar Kredit

Standar kredit pada PT. Kuala Pangan berisi kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum mendapatkan kredit. Dalam pemberian kredit kepada siapa akan diberikan PT. Kuala Pangan menilai semua pelanggannya tidak terlepas dari konsep "5C". Yaitu Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition.

### 2) Persyaratan Kredit

Persyaratan kredit yang diterapkan PT. Kuala Pangan adalah dengan memberikan jangka waktu pembayaran selama 30 hari pada tahun 1999 dan selama 45 hari pada tahun 2000. Selain itu untuk menarik minat pelanggan PT. Kuala Pangan juga memberikan potongan tunai sebesar 5% apabila pelanggan dapat melunasi pembeliannya dalam 10 hari, tetapi

apabila pelanggan melunasi sampai jatuh tempo pembayaran, pelanggan harus membayar penuh.

### 3) Kebijakan Penagihan

Kebijakan penagihan yang diterapkan PT. Kuala Pangan ditujukan bagi pelanggan yang masih belum menyelesaikan kewajibannya sampai jatuh tempo pembayaran yang telah ditetapkan.

Dengan adanya kebijakan kredit dan penagihannya, penulis dapat menyimpulkan bahwa kebijakan pengelolaan kredit akan berdampak terhadap peningkatan volume penjualan kredit pada PT. Kuala Pangan. Pada tahun 2000 penjualan kredit mencapai Rp. 2.514.318.855, meningkat sebesar Rp. 564.160.125 dari penjualan tahun 1999 sebesar Rp. 1.950.158.730, dan kontribusi margin yang diperoleh pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1.422.912.910,26 meningkat sebesar Rp. 428.591.096,17 dari kontribusi margin pada tahun 1999 yaitu Rp. 994.321.812,09.

Akibat adanya perubahan kebijakan pengelolaan piutang, hal ini akan mempengaruhi pula terhadap biaya yang terkait pada penjualan kredit seperti : biaya administrasi, biaya dana, biaya penagihan dan biaya penghapusan piutang. Adapun jumlah kenaikan biaya yang terkait tersebut sebesar Rp. 62.789.665,28 dimana pada tahun 1999 biaya piutang Rp. 477.788.888,55 dan pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 540.578.553,83.

Dari evaluasi kebijakan pengelolaan piutang yang dilakukan pada PT. Kuala Pangan dapat diketahui bahwa laba yang diperoleh dari penjualan kredit tersebut adalah sebesar Rp. 516.532.923,24 pada tahun 1999 dan Rp. 882.334.356,43 pada tahun 2000, sehingga terjadi peningkatan sebesar Rp. 365.801.433,20.

Secara keseluruhan penjualan kredit yang dilakukan PT. Kuala Pangan adalah sudah tepat, tetapi kebijakan pengelolaan piutang yang diterapkan PT. Kuala Pangan masih kurang tepat. Hal ini dapat terlihat pada potongan tunai sebesar 5% yang diberikan kepada pelanggan terlalu tinggi, sehingga opportunity cost sangat tinggi, yaitu 94,73% pada tahun 1999 dan 54,14% pada tahun 2000.

## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang dapat terucapkan, selain puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebesaran dan kemurahanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "EVALUASI TERHADAP KEBIJAKAN PENGELOLAAN PIUTANG DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA PT. KUALA PANGAN", yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini.

Terlepas dari segala kekurangan yang ada, skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Yang tercinta kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil.

2. Bapak Eddy Mulyadi S, Drs., Ak., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

3. Bapak Ketut Sunarta, Drs., Ak., MM., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

4. Bapak Wahyu Eko Budisantoso, Drs., Ak., MBA., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan serta dorongan sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Buntoro Heri Prasetya, Drs., Ak., selaku Co. dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap staf pengajar dan staf Tata-usaha Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
7. Bapak Diter, SE., beserta seluruh staf dan karyawan PT. Kuala Pangan Citeureup, Bogor.
8. Adik-adikku Sthevanny dan Freddy atas semua dukungannya
9. Semua keluarga besarku, Opa, Oma, Om dan Tante atas semua dukungan baik moril maupun materil.
10. Teman – temanku, Apri, Ade, Wulan, Mega, Endang, Nur, Lena, Asima, Linda, Edy, Lukas, Dhani, Uda.com dan Andi, serta teman-temanku yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan dan membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi-ini dapat bermanfaat bagi penulis, pada khususnya dan juga bagi para pembaca pada umumnya.

Bogor, September 2001

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	3
1.3. Kegunaan Penelitian .....	3
1.4. Kerangka Pemikiran .....	4
1.5. Metode Penelitian .....	5
1.6. Lokasi Penelitian .....	6
1.7. Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Piutang .....	10
2.1.1. Pengertian Piutang .....	10
2.1.2. Penggolongan Piutang .....	11
2.1.3. Faktor-faktor Penentu Jumlah Piutang .....	14
2.1.4. Biaya-biaya Yang Ditimbulkan Akibat Piutang .....	15
2.2. Pengelolaan Piutang .....	16
2.2.1. Standar Kredit .....	17
2.2.2. Persyaratan Kredit .....	20
2.2.3. Metode Pengumpulan Piutang .....	24
2.2.4. Pengendalian Piutang .....	26
2.3. Laba .....	31
2.3.1. Pengertian Laba .....	31
2.4. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan .....	33
2.4.1. Hubungan Kebijakan Pengelolaan Piutang dengan Penjualan .....	33
2.4.2. Hubungan Kebijakan Pengelolaan Piutang Dengan Biaya .....	34
2.4.3. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan .....	36

<b>BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Obyek Penelitian .....	38
3.1.1. Tinjauan Umum Perusahaan .....	38
3.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	38
3.1.1.2. Struktur Organisasi .....	41
3.1.2. Tinjauan Khusus Perusahaan .....	45
3.1.2.1. Aktivitas Perusahaan .....	45
3.2. Metode Penelitian .....	47
3.2.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	47
3.2.2. Jenis Data atau Variabel yang Diperlukan .....	47
3.2.3. Sumber Data .....	47
3.2.4. Tehnik Pengumpulan Data .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Kebijakan Pengelolaan Piutang Pada PT. Kuala Pangan .....	49
4.1.1. Standar Kredit Pada PT. Kuala Pangan .....	50
4.1.2. Persyaratan Kredit Pada PT. Kuala Pangan .....	53
4.1.3. Kebijakan Penagihan Pada PT. Kuala Pangan .....	55
4.2. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang Pada PT. Kuala Pangan .....	59
4.2.1. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Penjualan Pada PT. Kuala Pangan .....	62
4.2.2. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Variabel Pada PT. Kuala Pangan .....	63
4.2.3. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Kontribusi Marjin Pada PT. Kuala Pangan .....	64
4.2.4. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Piutang Pada PT. Kuala Pangan .....	67
4.3. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Kuala Pangan .....	71
<b>BAB V RANGKUMAN KESELURUHAN</b> .....	74
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Simpulan .....	81
6.1.1. Simpulan Umum .....	81
6.1.2. Simpulan Khusus .....	81
6.2. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I. Struktur organisasi PT. Kuala Pangan
- Lampiran II. Laporan Neraca PT. Kuala Pangan (tahun 1999)
- Lampiran III. Laporan Neraca PT. Kuala Pangan (tahun 2000)
- Lampiran IV. Laporan Rugi-Laba PT. Kuala Pangan (thn 1999 dan thn 2000)

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Kebijakan Piutang .....	37
Tabel 4.1.	Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Variabel .....	64
Tabel 4.2.	Dampak Pengelolaan Piutang Terhadap Kontribusi Margin Penjualan Kredit .....	65
Tabel 4.3.	Rasio Kontribusi Margin .....	66
Tabel 4.4.	Biaya Administrasi dan Umum .....	68
Tabel 4.5.	Biaya Penagihan .....	69
Tabel 4.6.	Biaya Dana .....	70
Tabel 4.7.	Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya yang terkait dengan Piutang .....	70
Tabel 4.8.	Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Laba ...	72

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Sebagaimana diketahui kehidupan dunia usaha selalu berubah dan bergerak dan persaingan pun semakin ketat, tetapi suatu perusahaan akan tetap berusaha agar dapat tetap hidup dan berkembang, sehingga diperlukan suatu keahlian khusus untuk menanganinya, agar tetap dapat menjaga keseimbangan diberbagai bidang, baik itu dibidang produksi, pemasaran, personalia, maupun keuangan.

Dengan semakin ketatnya persaingan, semakin berat upaya perusahaan untuk menjual barang dan jasanya. Salah satu cara untuk memperbesar volume penjualannya dalam kondisi yang demikian, banyak perusahaan menjual produknya secara kredit. Masing-masing perusahaan akan bersaing dalam menawarkan persyaratan kredit yang menarik, sehingga bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang sejenis. Dengan demikian, perusahaan harus menetapkan kebijaksanaan penjualan yang tepat agar dapat meneruskan persaingannya dengan perusahaan lain.

Adanya penjualan secara kredit membawa konsekuensi akan munculnya perkiraan harta dalam bentuk "Piutang Dagang." Bagi

perusahaan pengelolaan piutang menjadi begitu penting pada saat perusahaan harus menentukan berapa jumlah piutang yang optimal dan bagaimana perusahaan mengelola secara efisien hal-hal yang menyangkut tentang piutang, agar piutang yang dimiliki oleh perusahaan dapat memberikan laba yang maksimal bagi perusahaan. Didalam pengelolaan piutang, perusahaan perlu menetapkan kebijakan kredit yang efektif dan efisien, sehingga tidak hanya pengelolaan piutang yang baik, tetapi juga terkendali.

Oleh karena itu penulis ingin mengetahui sampai seberapa jauh perusahaan telah menerapkan konsep-konsep manajemen piutang dagang (pengelolaan piutangnya) di dalam menetapkan kebijakan kredit yang dilakukan selama ini, dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan, oleh sebab itu penulis memilih judul "Evaluasi Terhadap Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada PT Kuala Pangan."

Dalam skripsi ini permasalahan yang diangkat penulis adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana kebijakan pengelolaan piutang yang diterapkan pada PT Kuala Pangan ?
- 2) Bagaimana pengaruh kebijakan pengelolaan piutang tersebut terhadap laba perusahaan pada PT Kuala Pangan ?

## **1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud penulis melakukan penelitian ini adalah berusaha untuk memperoleh dan menghimpun data untuk diolah kembali sebagai bahan penyusunan skripsi ini, dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian itu adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui kebijakan pengelolaan piutang yang diterapkan pada PT. Kuala Pangan.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kebijakan pengelolaan piutang tersebut terhadap laba perusahaan pada PT.Kuala Pangan.

## **1.3. Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1. Kegunaan Penelitian Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan penerapan ilmu pengetahuan dari hasil teori yang diperoleh dalam masa perkuliahan kedalam suatu penelaahan kedalam suatu penelaahan masalah yang sesungguhnya terjadi dalam perusahaan serta menambah pengetahuan, baik dari segi ilmu maupun dari segi pengalaman serta ketrampilan sesuai dengan obyek yang dipelajari.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan, kiranya penelitian ini dapat memberikan gambaran dalam menilai sampai sejauh mana pengaruh kebijakan pengelolaan piutang tersebut terhadap laba perusahaan dan diharapkan perusahaan tersebut dapat mengadakan perbaikan-perbaikan yang diperlukan.

### **1.3.3. Kegunaan Penelitian Bagi Pihak Lain**

Bagi pihak lain, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai kebijakan pengelolaan piutang yang telah diterapkan PT. Kuala Pangan serta pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

## **1.4. Kerangka Pemikiran**

Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melaksanakan penjualan kredit. Dengan penjualan kredit tersebut berarti perusahaan memiliki piutang. Semakin besar tingkat penjualan kredit, berarti tidak hanya volume piutang yang semakin besar, tetapi perusahaan juga mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk mendukung penjualan kredit. Kebijakan dalam pengelolaan piutang yang diterapkan perusahaan hendaknya dapat memberikan tambahan laba yang sesuai, yaitu yang lebih besar daripada tambahan biaya yang dikeluarkan akibat penjualan kredit. Kebijakan pengelolaan

piutang yang efisien diharapkan dapat memberikan tambahan laba pada perusahaan. Standar kredit, persyaratan kredit, dan kebijakan pengumpulan piutang merupakan komponen dari kebijakan pengelolaan piutang perusahaan yang akan mempengaruhi laba pada perusahaan.

Dari uraian diatas, penulis membahas mengenai **"Evaluasi Terhadap Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan pada PT.Kuala Pangan."**

### **1.5. Metodologi Penelitian**

Dalam rangka penyusunan skripsi ini diperlukan data, yang kemudian data tersebut diolah dan dianalisis untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan suatu skripsi. Data diperoleh dengan melalui :

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

Penelitian Kepustakaan diperlukan untuk mempelajari teori-teori mengenai konsep manajemen keuangan dan evaluasi terhadap kebijakan pengelolaan piutang dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Tujuan dari penelitian kepustakaan adalah untuk memperoleh landasan sebagai pedoman yang dapat diterapkan dalam praktek, sehingga dapat dijadikan dasar dan arah dalam rangka membahas serta mengevaluasi suatu masalah sehubungan dengan itu penulis mengadakan penelitian dengan cara mempelajari literatur-literatur di perpustakaan dan beberapa referensi yang ada di

toko-toko buku serta hasil rangkuman dalam perkuliahan yang ada hubungannya dengan pembahasan skripsi ini.

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

Penelitian Lapangan diartikan sebagai penelitian secara langsung terhadap masalah yang dibahas dalam perusahaan yang menjadi obyek penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara :

### (1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung untuk mengetahui data yang sebenarnya terjadi di lapangan dengan melihat dan menganalisis kegiatan perusahaan.

### (2) Interview

Interview merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara dengan pihak-pihak yang berwenang yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

## 1.6. Lokasi Penelitian

Dalam rangka pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mengadakan penelitian pada PT. Kuala Pangan yang berlokasi di daerah Citeurep Bogor, Jawa Barat.

## **1.7. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini akan menguraikan hal-hal yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari enam bab, setiap bab dispesifikasikan kedalam beberapa sub bab, secara lebih jelas sistematika pembahasan dapat diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, lokasi penelitian, serta sistematika pembahasan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan menerangkan pengertian piutang, penggolongan piutang, faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang, biaya-biaya yang ditimbulkan akibat piutang, menerangkan kebijakan pengelolaan piutang yang mencakup perencanaan jumlah dan pengumpulan piutang, pengendalian piutang dengan standar kredit, persyaratan kredit, kebijaksanaan penagihan, ratio piutang, pengertian laba, dan pengaruh kebijakan pengelolaan piutang terhadap laba perusahaan.

### **BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN**

Menerangkan sejarah singkat berdirinya perusahaan yang diteliti dengan dilengkapi dengan penjelasan struktur organisasi, menerangkan tentang berbagai aktivitas perusahaan. Metode penelitian menerangkan tentang ruang lingkup penelitian, jenis data atau variabel yang digunakan, sumber data, dan teknik pengumpulan data dalam penulisan makalah skripsi ini.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menerangkan hasil dari seluruh pengamatan secara langsung pada perusahaan mengenai kebijakan pengelolaan piutang yang diterapkan pada PT. Kuala Pangen, pengaruh kebijakan pengelolaan piutang yang diterapkan terhadap laba perusahaan pada PT. Kuala Pangen.

### **BAB V RANGKUMAN KESELURUHAN**

Dalam bab ini berisi rangkuman isi dari BAB I sampai dengan BAB VI.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab kesimpulan dan saran ini perusahaan memberikan suatu kesimpulan mengenai evaluasi terhadap kebijakan pengelolaan piutang dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan berikut saran dari penulis atas penelitian yang dapat dikaji didalam membandingkan antara teori dan penerapannya pada perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka yang dipergunakan dalam makalah ini, untuk memastikan bahwa penulis dalam membahas makalah skripsi ini tetap memiliki landasan teoritis, sehingga setiap isi dalam makalah ini dapat dipertanggungjawabkan dan tidak menyimpang dari pengetahuan yang telah dibuat oleh para ahli ilmu ekonomi.

## **LAMPIRAN**

Mencantumkan lampiran-lampiran yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan penulisan makalah skripsi ini yang diperoleh dari perusahaan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Piutang

##### 2.1.1. Pengertian Piutang

Penjualan barang atau jasa adalah merupakan sumber pendapatan perusahaan. Dalam melaksanakan penjualan kepada konsumen, perusahaan dapat melakukan secara kredit atau tunai. Sudah barang tentu perusahaan akan lebih menyukai jika transaksi penjualan dilakukan secara tunai, karena perusahaan akan segera menerima kas dan kas tersebut dapat segera digunakan kembali untuk mendapatkan pendapatan selanjutnya. Di pihak lain para konsumen umumnya lebih menyukai bila perusahaan dapat melakukan penjualan secara kredit, karena pembayaran dapat ditunda. Dalam kenyataannya, penjualan kredit pada kebanyakan perusahaan biasanya jauh lebih besar dari penjualan tunai. Penjualan kredit menimbulkan adanya piutang yang merupakan hak untuk menagih sejumlah uang dari si penjual kepada si pembeli. Niswonger, Fess, dan Warren dalam bukunya *Accounting Principles* dan telah dialih bahasakan oleh Drs. Ak. Hyginus Ruswinarto dalam buku *Prinsip-prinsip Akuntansi* menyatakan sebagai berikut :

Piutang meliputi semua tagihan dalam bentuk uang terhadap perorangan, badan usaha, ataupun pihak ketiga lainnya. Piutang timbul dari berbagai jenis transaksi, dimana yang paling umum ialah dari penjualan barang ataupun jasa secara kredit. (16 : 232)

Menurut Prof. DR. H.S. Hadjoto dan Drs. Sudrajat

Sukadam dalam bukunya Akuntansi Intermediate menyatakan bahwa "Piutang merupakan klaim kepada pihak lain, apakah

klaim berupa uang, barang, atau jasa". (6 : 75)

Weygant, Kieso dan Keit dalam bukunya yang berjudul

"Accounting Principles", berpendapat bahwa "Account

Receivable are amounts owed by customers on account.

*They result from the sale of goods and services". (30 : 326)*

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka penulis

menyimpulkan bahwa piutang adalah meliputi semua tagihan

atau klaim uang dimana perusahaan akan menerima sejumlah

uang dan penerangan baik perorangan atau individu, badan usaha

atau pihak lain karena perusahaan telah menjual barangnya atau

perusahaan telah memberikan jasanya.

## 2.1.2. Penggolongan Piutang

Menurut Alrum Na'im, Drs., Ak., dalam bukunya Akuntansi

Keuangan I menyatakan bahwa :

Piutang diklasifikasikan menjadi beberapa golongan menurut dasar klasifikasinya antara lain :

- 1) Berdasarkan sebab terjadinya.  
Piutang berdasarkan sebab terjadinya dapat diklasifikasikan menjadi :
  - (a) Piutang dagang atau piutang usaha.  
Piutang dagang adalah piutang yang timbul dari transaksi penjualan barang atau jasa perusahaan secara kredit dalam rangka menjalankan kegiatan atau operasional usahanya.
  - (b) Piutang non dagang atau piutang lain-lain.  
Piutang non dagang atau piutang lain-lain adalah piutang yang timbul dari transaksi selain penjualan barang atau jasa dan di luar kegiatan usaha perusahaan. Contoh-contoh dari piutang non dagang antara lain : piutang pegawai, piutang bunga, dan piutang yang timbul akibat penjualan kredit atas aktiva tetap yang tidak terpakai lagi oleh perusahaan.
- 2) Berdasarkan jangka waktu pembayarannya.  
Piutang berdasarkan jangka waktu pembayarannya dapat digolongkan :
  - (a) Piutang jangka pendek.  
Piutang jangka pendek adalah piutang yang mempunyai saat jatuh tempo kurang dari satu tahun atau kurang dari satu siklus kegiatan atau organisasi usaha perusahaan.
  - (b) Piutang jangka panjang  
Piutang jangka panjang adalah piutang yang mempunyai saat jatuh tempo lebih dari satu tahun atau lebih dari satu siklus operasi perusahaan.
- 3) Berdasarkan bentuk perjanjiannya.  
Berdasarkan bentuk perjanjiannya piutang dapat diklasifikasikan menjadi :
  - (a) Piutang tidak tertulis.  
yaitu piutang yang tidak didukung oleh surat perjanjian hutang piutang. Piutang jenis ini biasanya adalah piutang dagang.
  - (b) Piutang wesel.  
yaitu piutang yang didukung oleh surat perjanjian. Piutang wesel dapat diklasifikasikan menjadi :
    - 1) Berdasarkan bunganya, piutang wesel dapat terbagi menjadi :
      - (a) Piutang wesel tanpa bunga, yaitu piutang wesel yang secara eksplisit tidak mencantumkan tingkat bunga atas piutang tersebut.

- (b) Piutang wesel dengan bunga, yaitu piutang wesel yang mencantumkan tingkat bunga yang akan diperoleh oleh kreditur dalam surat perjanjiannya.
- 2). Berdasarkan keadaan apakah piutang wesel tersebut sudah dijual dengan jaminan untuk dibeli kembali apabila debitur tidak dapat membayar pada saat jatuh tempo. Piutang wesel ini terbagi :
- (a) Piutang wesel biasa, yaitu piutang yang belum dijual.
- (b) Piutang wesel yang didiskontokan, yaitu piutang wesel yang telah dijual dengan perjanjian perusahaan akan membeli kembali apabila pada tanggal jatuh tempo debitur tidak dapat membayar hutangnya. ( 2 : 227-229 )

Drs. AL Haryono Jusup, dalam bukunya Dasar-dasar

Akuntansi menggolongkan piutang sebagai berikut :

Dalam praktek dikenal dua jenis piutang, yaitu piutang dagang dan piutang wesel.

Piutang dagang adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh si pembeli kepada perusahaan. Piutang dagang umumnya berjangka waktu kurang dari satu tahun.

Piutang wesel adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh debitur kepada kreditur sesuai dengan jumlah uang yang tercantum dalam surat perjanjian tersebut pada waktu tertentu di masa yang akan datang. Jangka waktunya paling sedikit 60 hari dan biasanya timbul karena transaksi peminjaman uang. ( 5 : 52 )

Menurut Sukrisno Agoes dalam bukunya yang berjudul

"Auditing" dikatakan bahwa :

Standar Akuntansi Keuangan menggolongkan piutang, menurut sumber terjadinya dalam dua kategori yaitu piutang usaha dan piutang lain-lain.

Piutang usaha adalah piutang yang berasal dari penjualan barang dagangan atau jasa secara kredit.

Piutang lain-lain adalah piutang yang timbul dari transaksi diluar kegiatan usaha normal perusahaan. Piutang usaha dan piutang lain-lain yang diharapkan dapat ditagih dalam satu tahun atau kurang diklasifikasikan sebagai piutang lancar. ( 28 : 148 )

### 2.1.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Piutang

Sebelum membahas masalah kebijakan pengelolaan piutang, perlu diketahui terlebih dahulu faktor-faktor yang mempengaruhi besar-kecilnya piutang. Menurut C. Handoyo Wibisono dalam bukunya Manajemen Modal Kerja menyebutkan bahwa :

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah piutang, adalah :

1) **Volume penjualan kredit**

Makin banyak volume penjualan kredit, makin besar pula jumlah piutang yang ada. Hal ini akan meningkatkan risiko piutang, walaupun keuntungan yang diperoleh dengan peningkatan volume penjualan juga bertambah. Bertambahnya piutang akan diikuti oleh peningkatan risiko piutang yang tidak dapat ditagih, juga oleh peningkatan biaya penagihan dan opportunity cost.

2) **Syarat pembayaran untuk penjualan kredit**

Pada umumnya syarat pembayaran dinyatakan dengan suatu termin kredit, misalkan 3/10, n/30 yang berarti; pembayaran yang dilakukan dalam waktu 10 hari setelah penyerahan barang, diberi potongan tunai 3% dari harga faktur, sedangkan batas waktu pembayaran terakhir pada hari ke 30 setelah penyerahan barang.

3) **Ketentuan pembatasan kredit**

Pembatasan kredit dibedakan menjadi dua. Pertama, pembatasan kredit dalam artian kuantitatif yang menyangkut masalah jumlah kredit yang dapat diperoleh para pelanggan. Perusahaan menentukan batas maksimum dan minimum kredit, agar dana yang tertanam pada piutang dapat dikendalikan dan benar-benar dapat meningkatkan keuntungan. Kedua, pembatasan kredit dalam artian kualitatif yang menyangkut masalah siapa saja (pelanggan mana) yang diperkenankan membeli secara kredit. Penentuan mengenai siapa saja yang boleh membeli secara kredit, biasanya didasarkan pada pengalaman masa lalu, serta kebiasaan pelanggan dalam memenuhi kewajibannya. Makin longgar batasan yang ditentukan, makin besar pula jumlah piutangnya.

- 4) **Kebiasaan pelanggan dalam memenuhi kewajiban**  
 Dalam kaitannya dengan syarat pembayaran yang ditentukan, ada tiga kemungkinan waktu pembayaran yang dapat dilakukan oleh para pelanggan, yaitu : dalam masa pemberian potongan tunai, di luar masa potongan tunai sampai batas terakhir waktu yang ditentukan (menunggak).
- 5) **Tingkat bunga pinjaman jangka pendek**  
 Kemudahan dalam memperoleh pinjaman jangka pendek, serta tingkat bunga pinjaman yang relatif lebih rendah daripada besarnya potongan tunai yang ditawarkan, akan membuat jumlah piutang menjadi sedikit, karena para pelanggan lebih senang memanfaatkan potongan tunai tersebut. Oleh karena itu, agar piutang menjadi sedikit, perusahaan perlu memberikan potongan tunai yang cukup besar (menarik).
- 6) **Kebijakan dalam pengumpulan piutang**  
 Kebijakan dalam pengumpulan piutang dapat dilakukan secara aktif maupun pasif. Pengumpulan piutang secara aktif dapat dilakukan dengan menugaskan petugas penagihan secara langsung atau memanfaatkan jasa bank untuk mengumpulkannya. Pengumpulan piutang yang pasif, perusahaan hanya menunggu pembayaran yang dilakukan pelanggan. ( 4 : 115-117 )

#### 2.1.4. Biaya-biaya Yang Ditimbulkan Akibat Piutang

Salah satu cara perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan adalah dengan memberikan kesempatan kepada pelanggannya untuk membeli secara kredit, dimana perusahaan akan memiliki piutang. Dengan penjualan yang semakin meningkat, perusahaan akan menanggung beberapa jenis biaya yang timbul karena adanya piutang tersebut.

Menurut Drs. Indriyo Gilosudarmo dan Drs. Basri dalam bukunya Manajemen Keuangan, terdapat biaya-biaya yang ditimbulkan akibat dari adanya piutang, yaitu :

**1) Biaya Penghapusan Piutang**

Biaya penghapusan piutang atau piutang ragu-ragu atau *bad debt* risiko terhadap tidak tertagihnya sejumlah tertentu dari piutang akan dimasukkan sebagai biaya bad debt atau piutang ragu-ragu yang nantinya akan diadakan penghapusan piutang. Oleh karena itu perlu diperhitungkan pada setiap periode.

**2) Biaya Pengumpulan Piutang**

Dengan adanya piutang maka timbul kegiatan penagihan piutang yang akan mengeluarkan biaya disebut sebagai biaya pengumpulan piutang.

**3) Biaya Administrasi**

Terhadap piutang diperlukan kegiatan administrasi yang akan mengeluarkan biaya.

**4) Biaya Sumber Dana**

Dengan terjadinya piutang maka diperlukan dana dari dalam maupun dari luar perusahaan untuk menjagainya. Dana tersebut diperlukan biaya untuk sumber dana. (7 : 85)

## 2.2. Pengelolaan Piutang

Penjualan kredit merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan penjualan kredit tersebut perusahaan akan memiliki piutang, dan semakin besar jumlah penjualan kredit, semakin besar pula piutang yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan kebijakan kredit di dalam mengelola piutang serta pengendaliannya.

Menurut Drs. Lukman Syamsudin, MA, dalam Manajemen Keuangan Perusahaan menyebutkan bahwa :

Kebijakan penjualan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut. ( 12 : 268 )

Perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan tetapi juga penerapannya secara tepat pada persyaratan kredit.

Menurut Muhamad Muslich dalam buku Manajemen Keuangan Modern, menyebutkan "Kebijakan kredit merupakan kebijakan perusahaan yang menyangkut masalah : Kebijakan pemberian kredit, kebijakan pengawasan kredit, dan kebijakan penagihan kredit". ( 13 : 109 )

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan kredit adalah suatu pedoman yang ditempuh oleh perusahaan yang menyangkut masalah kebijakan pemberian kredit, kebijakan pengawasan kredit, dan kebijakan penagihan kredit, dalam menentukan apakah seorang pelanggan akan diberikan kredit dan berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut.

### 2.2.1. Standar Kredit

Dalam pengelolaan piutang, ada beberapa hal yang harus ditempuh dalam kebijakan pengelolaan piutang oleh perusahaan. Dalam buku Manajemen Keuangan karangan Suad Husnan disebutkan sebagai berikut :

Faktor-faktor yang kita pertimbangkan dalam kebijaksanaan perkreditan tersebut adalah :

- (1) Standar kredit, atau kualitas langganan yang akan diperkenankan memperoleh kredit.
- (2) Jangka waktu kredit, yaitu berapa lama seorang langganan yang membeli secara kredit harus sudah membayar utangnya.
- (3) Potongan tunai yang diberikan kepada para langganan.

( 19 : 38 )

Pengertian standar kredit menurut Drs. Steve H. Kamadi dalam bukunya Manajemen Pembelian, jilid 1, menyebutkan :

Standar kredit adalah menetapkan kelompok pelanggan mana dan berapa besar jumlah kredit yang akan diberikan. Penetapan standar kredit yang optimal mencakup perakitan antara biaya marginal dan laba marginal akibat kenaikan penjualan dan didefinisikan sebagai kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit.

( 23 : 148 )

Menurut J.C. Van Horne dan John M. Wachowicz, Jr dalam bukunya Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan yang telah diolah bahasakan oleh Heru Sutojo menyebutkan bahwa "Standar kredit adalah kualitas minimum kepercayaan kepada pemohon kredit untuk dapat disetujui permohonan kreditnya".

( 29 : 256 )

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa standar kredit merupakan kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pemohon kredit sebelum mendapatkan kredit.

Risiko yang selalu dihadapi oleh perusahaan yang menjual produknya secara kredit adalah tidak terbayarnya piutang

tersebut. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi sedini mungkin terjadinya risiko kredit tersebut, maka sebelum memberikan kredit perlu diadakan evaluasi terhadap calon pelanggan dengan penilaian kredit "5 C" atau The 5 C's of Credit.

Menurut C. Handoyo Wibisono dalam bukunya manajemen keuangan menyebutkan bahwa :

**Penilaian kelompok pelanggan dalam penetapan standar kredit tidak terlepas dari penggunaan konsep "5 C", yaitu :**

**(a) *Character***

Adalah penilaian atas kepribadian pelanggan yang menunjukkan kemungkinan bahwa pelanggan secara jujur dan sadar mau memahami kewajibannya. Faktor ini merupakan yang paling utama didalam menganalisis kelayakan kredit pelanggan.

**(b) *Capacity***

Adalah penilaian subjektif oleh pelanggan untuk membayar kredit beserta bunganya tepat pada waktu yang telah disepakati. Pengukuran capacity dapat dengan catatan prestasi bisnis, pengamatan di lapangan atas pabrik atau toko dan metode kegiatan usahanya.

**(c) *Capital***

Adalah metode pelanggan yang dapat diukur dari posisi keuangan perusahaan secara umum, yang dapat dilihat dari analisa rasio keuangan dengan penekanan pada rasio risiko seperti rasio lancar dan lain-lain sehingga dapat diketahui besarnya resiko yang harus ditanggung oleh pemberi kredit dibandingkan dengan resiko yang ditanggung oleh pelanggan itu sendiri.

**(d) *Collateral***

Adalah bentuk aktiva yang diberikan oleh pelanggan sebagai jaminan keuangan atas kredit yang diberikan dan kreditur lebih yakin atau tidak ragu-ragu memberikan kreditnya.

**(e) Condition**

Adalah gambaran dampak perubahan kondisi perekonomian secara umum maupun industri terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

**( 4 : 147 )**

Dengan menetapkan standar kredit, perusahaan tidak memperkenankan semua pelanggannya untuk membeli secara kredit. Melalui analisis kredit terhadap pelanggan, perusahaan bisa memutuskan atau menolak pelanggan menerima kredit.

Setelah analisis informasi kredit diterapkan perusahaan selanjutnya dibuat suatu sistem penilaian kredit (*credit scoring system*) ini ditetapkan oleh perusahaan sebelum memberi keputusan atas pemberian kredit terhadap calon pelanggannya, sehingga perusahaan dapat menilai calon pelanggan yang cukup layak dan cukup menguntungkan apabila diberikan kredit. Keputusan akhir atas pemberian kredit tergantung dari penilaian analisis kredit dalam mengevaluasi informasi yang tersedia. Penilaian numerik yang ketat telah terbukti kesuksesannya dalam menentukan persetujuan permohonan kredit, dimana berbagai karakteristik individual dinilai secara kuantitatif dan keputusan kredit didasarkan pada keseluruhan nilai yang diperoleh.

### **2.2.2. Persyaratan Kredit (*Credit term*)**

Dalam menetapkan suatu kebijakan atas pengelolaan piutang, manajemen perusahaan juga menetapkan sebuah

persyaratan kredit bagi pelanggannya. Persyaratan kredit merupakan pola pembayaran pelanggan, dimana perusahaan menetapkan adanya periode dimana kredit diberikan dan potongan tunai (jika ada) untuk pembayaran yang dilakukan lebih awal. Oleh karena itu, apabila perusahaan ingin meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus dapat menawarkan pola pembayaran yang menarik bagi pelanggannya.

Menurut John D. Martin, Arthur J. Keown, J. William Petty and David F. Scott Jr, yang dalam bukunya Dasar-dasar Manajemen Keuangan menyebutkan bahwa :

Syarat penjualan (*term of sale*) menandai kemungkinan pemberian potongan harga untuk pembayaran lebih awal, periode diskonto, dan periode total kredit. Syarat itu umumnya dinyatakan dalam bentuk *a/b net c*, yang menunjukkan bahwa pelanggan dapat memperoleh diskonto (potongan harga) *a* persen jika ia membayar *b* hari, dan rekening harus lunas dalam *c* hari. ( 10 : 107 )

Sebagai gambaran, misalkan suatu perusahaan menetapkan syarat kredit kepada semua pelanggannya 2/10,n/30. Hari ini dimaksudkan bahwa kredit yang diberikan perusahaan memiliki batas pembayaran dalam 30 hari. Namun jika pelanggan melakukan pembayaran dalam jangka waktu 10 hari, maka perusahaan akan menggunakan potongan sebesar 2% dari total kredit yang diberikan.

Sedangkan menurut Drs. R. Agus Sartono, MBA, dalam

bukunya yang berjudul Manajemen Keuangan menerangkan

bahwa :

**Persyaratan kredit atau *credit term* adalah merupakan kondisi yang disyaratkan untuk pembayaran kembali piutang dari para pelanggan. Kondisi tersebut meliputi lama waktu pemberian kredit dan potongan tunai (*cash discount*) serta persyaratan khusus lainnya *seasonal dating*.**

( 17 : 544 )

Persyaratan kredit yang ditetapkan perusahaan hendaknya

dapat menambah keuntungan, dan tambahan keuntungan

tersebut tidak lebih besar dari tambahan biaya yang meningkat

pula karena naiknya volume penjualan.

#### 1. Periode Kredit

Melonggarkan periode kredit dapat merangsang kenaikan penjualan, akan tetapi biaya atas dana yang terikat pada piutang dagang akan meningkat. Misalnya jika perusahaan mengubah syarat kreditnya dari net 30 menjadi net 60, maka rata-rata piutang dagang pada tahun yang bersangkutan dapat meningkat. Kenaikan tersebut disebabkan karena syarat kredit yang lebih lunak dan sebagian disebabkan karena volume penjualan yang akan makin meningkat. Periode kredit yang optimum ditentukan oleh titik dimana laba marginal dari kenaikan penjualan persis sama dengan biaya yang ditimbulkan dari kenaikan piutang dagang yang lebih tinggi

( 8 : 400 )

## 2. Potongan Tunai

Peningkatan volume penjualan dapat diupayakan dengan memberikan potongan tunai yang lebih besar dari pada tingkat bunga pinjaman saat itu. Pemberian potongan tunai selain dapat meningkatkan volume penjualan akan menambah laba penjualan, serta dapat mempersingkat periode rata-rata pengumpulan piutang dan memperkecil saldo rata-rata piutang. Dengan demikian, resiko tak tertagihnya piutang menjadi kecil dan biaya penagihan dapat ditekan.

Sebagai gambaran, apabila perusahaan menetapkan persyaratan kredit 2/10, n/30, maka perusahaan memberikan potongan sebesar 2% apabila pembeli membayar dalam jangka waktu 10 hari atau kurang, dan diharuskan membayar dalam jangka waktu 30 hari. Perusahaan bisa memberikan potongan untuk menarik para calon pelanggan untuk membayar lebih cepat. Dengan persyaratan kredit tersebut, diperkirakan penjualan akan naik 12,5% dan 50% pembeli akan memanfaatkan potongan tersebut, dengan mengakibatkan piutang rata-rata terkumpul dalam 20 hari.

### 2.2.3. Metode Pengumpulan Piutang

Apabila perusahaan menjual produk secara kredit, berarti perusahaan memiliki piutang yang pada jatuh temponya akan dibayar oleh para pelanggan. Tentunya dengan kenaikan volume penjualan, setiap perusahaan menginginkan adanya pembayaran yang cepat. Sehubungan dengan keadaan yang demikian, perusahaan mempunyai beberapa cara agar piutangnya terkumpul secara efektif. Pemberitahuan akan jatuh temponya piutang dilakukan beberapa hari sebelumnya agar pelanggan membayar tepat waktu dan tidak timbul piutang yang sudah lewat waktu.

Bagi piutang yang sudah lewat waktu diperlukan adanya kebijakan dalam penagihan. Kebijakan penagihan suatu perusahaan adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bila mana sudah jatuh tempo. Sebagian dari keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijakan pengumpulan piutang dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang.

Menurut Drs. Lukman Syamsudin M.A dalam bukunya Manajemen Keuangan Perusahaan, menyebutkan "Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan adalah merupakan

prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bilamana udah jatuh tempo". ( 12 : 272)

Menurut Steve H. Karnadi dalam bukunya Manajemen Pembelanjaan, jilid 1, menyebutkan :

Kebijaksanaan penagihan (*credit administration policy*) adalah prosedur yang harus dijalankan untuk memperoleh pembayaran atas kredit yang telah jatuh tempo. Prosedur penagihan yang umum adalah mengirim surat-surat teguran, menegur melalui telpon, menyerahkan kepada badan penagih dan yang terakhir mengajukan tuntutan perdata. Dalam menunjang keberhasilan proses ini, diperlukan biaya yang mahal dan ketegasan penagihan. Hal ini untuk mencegah bertambah panjangnya waktu penagihan dan memperkecil kerugian langsung dari piutang yang macet. Pada umumnya perusahaan membentuk bagian khusus yang mengatur sistem atau prosedur penanganan hal-hal yang berkaitan dengan piutang perusahaan.

Sistem dan Prosedur tersebut adalah :

- (a) Sistem dan Prosedur Penagihan
- (b) Sistem dan Prosedur Pelaporan berkala kepada manajemen
- (c) Sistem dan Prosedur Peninjauan berkala ketempat pelanggan
- (d) Sistem dan Prosedur Peninjauan berkala atas kelayakan kredit dan penetapan kredit limit yang telah diberikan
- (e) Sistem dan Prosedur Penanganan kredit macet

( 23 : 152-154 )

Sebuah perusahaan biasanya akan menerapkan teknik pengumpulan piutang yang optimal yang dapat meningkatkan kolektibilitas piutangnya.

Teknik pengumpulan piutang menurut Drs. Lukman Syamsudin M.A dalam bukunya Manajemen Keuangan Perusahaan, adalah sebagai berikut :

Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan bilamana langganan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan adalah sebagai berikut :

- 1) Melalui surat. Bila waktu pembayaran utang dari langganan sudah lewat beberapa hari, maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada "mengingatkan" (menegur) langganan yang belum membayar tersebut bahwa utangnya sudah jatuh tempo.
- 2) Melalui telepon. Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata utang-utang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelpon langganan dan memintanya untuk melakukan pembayaran.
- 3) Kunjungan personel. Teknik pengumpulan piutang ini, yaitu dengan jalan melakukan kunjungan secara pribadi ke tempat langganan.
- 4) Tindakan yuridis. Bilamana ternyata langganan tidak mau membayar utang-utangnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan hukum. (12 : 273-274)

#### 2.2.4. Pengendalian Piutang

Untuk menghindari kemungkinan tingginya kerugian karena adanya piutang yang macet dalam pembayaran, perusahaan memerlukan pengawasan terhadap posisi piutang.

Menurut J. Fred Weston dan Eugene F. Brigham dalam buku Dasar-dasar Manajemen Keuangan yang diterjemahkan oleh A.Q Khalid mengemukakan pengawasan terhadap piutang, sebagai berikut :

Indikator posisi piutang yang paling umum adalah dipakai untuk mengawasi piutang adalah rata-rata jangka waktu penagihan (*average collection periode*), daftar umur piutang (*aging schedule*) dan pendekatan pola penjualan dan pembayaran (*the payment pattern aproach*). ( 9 : 213 )

Berikut penulis akan mencoba menguraikan ketiga hal tersebut.

### 1) Perputaran piutang dan Rata-rata Waktu Penagihan piutang

Kenaikan volume penjualan kredit biasanya menimbulkan jumlah piutang yang lebih besar. Maka, perusahaan harus mengetahui posisi piutang dan taksiran waktu pengumpulan piutangnya. Selain itu, penghitungan rata-rata waktu penagihan piutang digunakan sebagai indikator untuk menilai efektifitas dari kebijakan penjualan kredit. Karena tujuan itulah perusahaan menghitung perputaran piutang dan rata-rata waktu penagihan piutang.

Menurut Drs. Indriyo Gito Sudarmo & Drs. Basri dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Keuangan", Tingkat perputaran piutang (*Receivable Turn Over*) dapat dihitung :

**Penjualan Neto Kredit**

---

Rata-rata Piutang

( 7 : 94 )

Penjualan Netto kredit artinya semua penjualan kredit sesudah dikurangi dengan potongan-potongan.

Rata-rata piutang dapat dihitung dari piutang awal tahun ditambah piutang akhir dibagi dua.

Sehingga rata-rata waktu pengumpulan piutang :

$$\frac{360 \text{ hari ( dalam 1 tahun)}}{\text{Tingkat perputaran piutang}} = \dots \text{Hari}$$

( 7 : 95 )

Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap dalam buku Analisa Kritis atas Laporan Keuangan mengemukakan perhitungan rata-rata pengumpulan piutang, sebagai berikut:

Periode perputaran piutang ditentukan dengan membagi piutang(rata-rata) dengan penjualan kredit per hari. Angka ini menunjukkan berapa lama perusahaan melakukan penagihan piutang. ( 27 : 309)

## 2) Skedul Umur Piutang (*Aging Schedule*)

Tujuan ditetapkannya skedul umur piutang adalah untuk mengetahui jumlah pelanggan dan untuk mengetahui jumlah kredit yang sehat maupun kredit yang tidak sehat.

Menurut Drs. Indriyo Gitosudarmo dan Drs. Basri dalam bukunya Manajemen Keuangan mengemukakan analisis umur piutang, sebagai berikut :

Metode analisis lain untuk mengawasi piutang adalah penentuan umur piutang atau *aging schedule*. Metode ini berusaha mengadakan klasifikasi piutang atas dasar umur atau lamanya piutang tersebut telah ada. ( 7 : 96 )

Dengan mengetahui daftar umur piutang, perusahaan dapat mengetahui piutang-piutang yang sudah dekat dengan jatuh tempo dan harus ditagih, serta piutang yang sudah jatuh tempo dan harus ditagih serta piutang yang sudah jatuh tempo yang perlu dihapuskan karena sudah tidak dapat ditagih kembali.

Menurut Jay M. Smith dan K. Fred Skousen dalam bukunya *Intermediate Accounting* yang dialih bahasakan oleh Tim Penterjemah Penerbit Erlangga, mengemukakan penetapan skedul umur piutang adalah sebagai berikut :

**Metode yang paling lazim digunakan untuk menetapkan penyisihan berdasarkan piutang usaha yang beredar adalah melalui penetapan umur piutang (*aging receivable*). Masing-masing piutang dianalisis untuk menetapkan piutang mana yang belum dan piutang mana yang sudah jatuh tempo. Piutang yang sudah jatuh tempo diklasifikasikan menurut berapa lama piutang tersebut telah jatuh tempo. (25 : 292-2930)**

Setelah menganalisis umur piutang dengan menggunakan skedul umur piutang, kalkulasi selanjutnya yang dilakukan adalah menetapkan estimasi jumlah piutang tak tertagih yang didasarkan pada persentase piutang tak tertagih berdasarkan pengalaman.

Analisis umur piutang memberikan pendekatan yang memuaskan untuk menilai piutang pada jumlah bersih yang dapat direalisasikan.

### 3) Pola Penjualan dan Pembayaran (*The Payment Pattern Approach*)

Usaha lainnya yang dilakukan perusahaan dalam mengawasi pengelolaan piutangnya adalah melalui pendekatan pola penjualan dan pola pembayaran. Pada dasarnya pendekatan pola penjualan dan pembayaran merupakan usaha pengawasan terhadap piutang dengan mengatasi keterbatasan metode rata-rata waktu penagihan dan skedul umur piutang. Dengan pola pembayaran yang konstan mensyaratkan suatu persentase yang tetap dalam penagihan hasil penjualan pada setiap bulannya.

J. Fred Weston dan Eugene F. Brigham dalam bukunya Dasar – dasar Manajemen Keuangan, yang dialihbahasakan oleh A.Q. Khalid, menyebutkan bahwa :

**Menurut pendekatan pola pembayaran, piutang dikaitkan dengan penjualan masing-masing bulan dan bukan pada rata-rata menurut periode yang lebih panjang. Karena itu pendekatan pola pembayaran tidak dipengaruhi oleh naik-turunnya penjualan sebagaimana halnya dengan metode ACP dan skedul umur piutang. Jelas bahwa pola pembayaran memberikan cara yang efisien untuk memonitor piutang. ( 9 : 217)**

Dengan ditetapkannya pola penjualan dan pembayaran ini, maka apabila pelanggan terlambat membayar setelah tanggal jatuh temponya, perusahaan dapat memperkirakan faktor-faktor yang mempengaruhinya, apakah karena

kebijakan kredit yang terlalu longgar, karena bagian penagihan yang kurang efektif atau karena adanya perubahan atas kemampuan pelanggan.

## 2.3. Laba

### 2.3.1. Pengertian Laba

Suatu perusahaan dikatakan berhasil atau tidak dalam mengelola perusahaan, dilihat dari besar atau kecilnya keuntungan ( laba ) yang diperoleh perusahaan tersebut. Laba itu sendiri merupakan selisih positif dari pendapatan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan.

Menurut pendapat Al Haryono Jusup dalam bukunya Dasar-dasar Akuntansi menyatakan : "Laba (atau rugi) adalah selisih lebih (atau kurang) antara pendapatan dengan biaya."

( 5 : 241)

Sedangkan menurut R.A. Supriyono, S.U., Akuntan dalam bukunya yang berjudul "Akuntansi Manajemen I"(Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan), menyatakan bahwa : "Laba adalah perubahan aktiva bersih selain dari perubahan investasi para pemilik yang dibuat dalam periode tertentu."

( 18 : 188 )

Menurut Zaki Baridwan dalam bukunya *Intermediate Accounting* menyatakan sebagai berikut :

**Laba adalah kenaikan modal atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapatan atau investasi oleh pemilik. ( 31 : 31 )**

Selisih antara laba bruto dan biaya usaha disebut laba usaha (*profit from operation*) atau laba operasi. Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.

Karena laba memiliki dua unsur pokok yang saling berpengaruh yaitu penghasilan atau pendapatan dan biaya, maka pendapatan menurut Soemarso S.R. dalam bukunya *Akuntansi Suatu Pengantar*, menyebutkan penghasilan atau pendapatan sebagai berikut :

**Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Juga dapat didefinisikan sebagai kenaikan bruto dalam modal yang berasal dari barang dan jasa yang dijual. ( 22 : 58 )**

Sedangkan biaya didefinisikan sebagai : **"Penurunan dalam modal pemilik, biasanya melalui pengeluaran uang atau penggunaan aktiva yang terjadi sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan. ( 22 : 57 )**

## 2.4. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan

### 2.4.1. Hubungan Kebijakan Pengelolaan Piutang Dengan Penjualan

Dalam rangka usaha untuk memperbesar volume penjualannya, kebanyakan perusahaan besar menjual produknya dengan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan, dan barulah setelah jatuh tempo terjadi aliran kas masuk (cash inflows) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut.

Semakin banyak pelanggan membeli secara kredit, berarti akan semakin banyak jumlah piutang yang akan diperoleh perusahaan dan berarti akan ada peningkatan pada labanya. Namun demikian, bagi perusahaan peningkatan jumlah piutang akan mengakibatkan adanya kenaikan biaya-biaya yang timbul akibat piutang tersebut. Oleh karena itu, perusahaan berusaha agar biaya-biaya yang timbul akibat piutang dapat ditekan sedemikian rupa agar peningkatan perolehan laba yang diharapkan tidak terpengaruhi.

Tetapi jika perusahaan melakukan penjualan dengan kredit hanya kepada para pelanggan besar, maka kerugian karena timbulnya piutang ragu-ragu biasanya kecil. Sebaliknya ada kemungkinan tingkat penjualan perusahaan akan berkurang dan

laba yang seharusnya diperoleh dari penjualan yang hilang tersebut, dapat lebih besar daripada biaya yang dapat dihindarkannya. Untuk menentukan standar kredit yang optimal, maka perusahaan perlu membandingkan antara biaya marjinal pemberian kredit dengan laba marjinal dari peningkatan penjualan.

#### **2.4.2. Hubungan Kebijakan Pengelolaan Piutang Dengan Biaya**

Piutang dagang atau disebut juga piutang usaha merupakan piutang atau tagihan yang timbul dari penjualan barang dagangan dan jasa secara kredit. Piutang dagang biasanya diberikan penjual kepada pembeli atas dasar kepercayaan.

Jika perusahaan melakukan penjualan secara kredit, maka akan timbul piutang yang secara langsung memerlukan biaya untuk mengelola piutang tersebut.

Biaya yang terjadi akibat dari adanya piutang tersebut biasanya terdiri dari biaya penghapusan piutang, biaya penagihan, biaya administrasi dan biaya dana yang tertanam dalam piutang tersebut.

Biaya penghapusan piutang, merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan atas hutang-hutang yang tak tertagih oleh perusahaan. Biaya tersebut adalah kerugian yang

harus ditanggung oleh perusahaan dan secara langsung kerugian tersebut akan mengurangi laba yang diperoleh perusahaan.

Biaya penagihan merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan pengumpulan terhadap piutang-piutangnya. Biaya ini biasanya berupa biaya telpon, biaya perjalanan (kunjungan yang harus dilakukan) secara langsung untuk melakukan penagihan.

Biaya administrasi, merupakan biaya yang timbul akibat adanya pengelolaan piutang yang dilakukan oleh perusahaan. Biaya ini timbul dari adanya bagian-bagian yang harus melakukan pengelolaan piutang seperti gaji bagian piutang, biaya dokumen-dokumen yang diperlukan dalam melakukan pengelolaan piutang.

Sedangkan biaya dana merupakan biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan atas perolehan dana untuk membiayai piutang. Jika dana tersebut diperoleh dari pinjaman, maka biaya dana untuk investasi piutang adalah biaya atas pinjaman tersebut. Tetapi jika dana tersebut diperoleh dari modal saham, maka dana untuk investasi piutang adalah atas penjualan saham tersebut.

### **2.4.3. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan**

Pengelolaan piutang merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualannya. Penjualan yang terjadi tersebut merupakan penjualan kredit. Semakin meningkatnya penjualan secara langsung perusahaan akan memperoleh laba yang lebih besar pula dan biaya yang juga akan meningkat.

Untuk dapat mengetahui efektif atau tidaknya perusahaan dalam melakukan kebijakan pengelolaan piutangnya, maka perusahaan harus dapat membandingkan antara tambahan laba yang akan diperoleh dengan tambahan biaya yang akan ditanggung oleh perusahaan.

Besarnya tambahan laba yang diperoleh tersebut haruslah lebih besar dibandingkan dengan tambahan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam artian margin laba harus lebih besar dari margin biaya, atau dapat dirumuskan pada tabel 2.1. di bawah ini.

Tabel 2.1. Kebijakan Piutang

Peningkatan penjualan	XXX
Peningkatan Biaya Variabel	XXX
Peningkatan Marjin Kontribusi	XXX
Peningkatan Biaya Administrasi	XXX
Peningkatan Biaya Piutang Bermasalah	XXX
Peningkatan Biaya Penagihan	XXX
Peningkatan Biaya Modal	XXX
Peningkatan Laba	XXX

Jadi dengan membandingkan antara tambahan laba yang diperoleh dengan tambahan biaya yang harus ditanggung, maka perusahaan dapat mengelola dan menilai apakah kebijakan pengelolaan piutang yang dilakukan oleh perusahaan tersebut menguntungkan atau tidak, sehingga perusahaan dapat melakukan perencanaan yang lebih baik lagi untuk dimasa yang akan datang.

Sehingga hasil evaluasi atas pengelolaan piutang tersebut dapat dilihat, apakah dengan menerapkan kebijakan kredit yang telah diterapkan mempengaruhi laba perusahaan atau tidak. Selama tambahan laba tidak lebih besar daripada tambahan biaya serta pengumpulan piutang tidak terhambat, pengelolaan piutang telah dilakukan dengan efisien dan efektif.

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Obyek Penelitian

##### 3.1.1. Tinjauan Umum Perusahaan

###### 3.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Kuala Pangan adalah sebuah perusahaan yang bergerak di dalam industri pangan, khususnya adalah Mie telur. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1974, yang sebetulnya merupakan pengembangan dari perusahaan perseorangan berbentuk firma, yang didirikan pada tahun 1954.

Pada waktu itu dalam proses produksinya, perusahaan masih menggunakan panas sinar matahari untuk proses pengeringannya.

Pada tahun 1965, Firma ini melakukan perluasan dengan mendirikan sebuah pabrik bihun dilokasi yang berbeda diatas tanah seluas 10.000 m<sup>2</sup>, sebagian besar dari luas tanah dipakai untuk areal pengeringan dengan sinar matahari.

Mesin-mesin yang dipergunakan pada kedua pabrik itu seluruhnya adalah mesin-mesin dengan teknologi sederhana buatan dalam negeri kecuali untuk mesin pembangkit tenaga listrik. Dengan meningkatnya permintaan dan makin meluasnya daerah pemasaran, maka timbullah gagasan dari pemilik firma tersebut untuk memperluas usahanya dengan meningkatkan kualitas maupun kapasitas produksinya. Usaha tersebut akan dilaksanakan dengan memakai sistem mekanisasi yang lebih modern dan produksi yang dihasilkan tidak lagi tergantung pada alam.

Oleh karena itu pada awal tahun 1974, didirikan sebuah perusahaan yang memproduksi mie telur pada suatu lokasi, berbentuk hukum perseroan terbatas yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman R.I. Penanaman modal dalam perusahaan ini adalah dalam rangka U.U. No.6/1968 tentang Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN). Sesudah memakan waktu kurang lebih satu tahun untuk persiapan, maka pada tanggal 11 Januari 1975 perusahaan ini diresmikan secara kolektif oleh Menteri Perindustrian Bapak M.Yusup dengan piagam pendirian No.51/M/SK/1975.

Adapun bidang usaha yang akan dijalankan :

- 1) Memproduksi mie kering dan bihun kering
- 2) Mengimport bahan baku penolong yang diperlukan untuk kegiatan usaha tersebut dan menjual hasil produksinya dengan sasaran pasar dalam negeri.

Sesuai dengan UU. No.6 tahun 1968 Jo. UU. No. 12 tahun 1980, perusahaan ini memperoleh beberapa fasilitas dari pemerintah yaitu :

- 1) Pembebasan bea masuk, P.Pn Import dan M.P.O. Import atas mesin-mesin yang diimport.
- 2) Tax holiday selama dua tahun untuk tahun pajak perseroan.

PT.Kuala Pangan berlokasi hampir ditengah-tengah antara Jakarta dan Bogor, tepatnya di daerah Citeurep. Lokasi ini dipilih karena berdekatan dengan Jakarta dimana sebagian besar bahan baku pembeliannya dilakukan dari Jakarta, demikian juga hasil produksi sebagian besar dikirim ke/malalui Jakarta. Hal ini karena pengiriman untuk keluar Pulau Jawa dilakukan melalui Pelabuhan pasar Ikan dan Tanjung Priok di Jakarta, sehingga biaya transport atau angkutan dapat menjadi lebih rendah.

### 3.1.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Dalam hal ini terlihat bahwa struktur organisasi yang dijalankan oleh PT.Kuala Pangan adalah mengikuti struktur organisasi garis (lampiran 1), yang menunjukkan tingkatan manajemen dalam perusahaan, yang memungkinkan pengendalian dan pengawasan secara langsung oleh atasan.

Berikut ini akan dijelaskan uraian tugas yang tertera dalam struktur tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) **Dewan Komisaris** mempunyai kedudukan sebagai pemilik perusahaan dan merangkap sebagai pimpinan tertinggi.
- 2) **Direktur Utama** merupakan penyelenggara perusahaan yang melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian operasi perusahaan dan bertanggungjawab terhadap masalah umum dalam perusahaan secara keseluruhan.
- 3) **Manajer Pemasaran** mempunyai tugas untuk membantu direktur utama dalam menjalankan tugasnya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran yang antara lain mencari peluang untuk mendapatkan pelanggan baru dan membina hubungan dengan penjualan, membuat laporan

penjualan, laporan saldo piutang dan bagian salesmen bertugas untuk memperoleh order penjualan, melaksanakan penawaran penjualan kepada pihak konsumen atas persetujuan bagian penjualan dan bagian pengiriman bertanggungjawab atas pengiriman barang-barang yang dipesan sampai ke tangan konsumen.

- 4) **Manajer Akuntansi** bertanggung jawab langsung kepada direktur utama dalam mengurus keuangan perusahaan, melaksanakan penyempurnaan terhadap sistem akuntansi dalam pelaporan, pedoman penyusunan anggaran dan prosedur operasional lainnya serta bertanggung jawab terhadap pencatatan akuntansi atas semua bagian dan menyajikan informasi keuangan yang berguna bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Manajer Akuntansi dalam menjalankan tugas dibantu oleh **Asisten Manajer Akuntansi Keuangan** dan **Asisten Manajer Akuntansi Biaya**. Yang masing-masing mempunyai tugas dan dilaksanakan bersama staffnya. Tugas **Asisten Manajer Akuntansi Keuangan** atau sering disebut **bagian keuangan** yaitu membuat arus kas dan

anggaran perusahaan, mengawasi saldo rekening koran, penyusunan laporan keuangan, menangani penerimaan uang dari pelanggan atas penjualan, serta pencatatannya baik penjualan tunai atau kredit, mencatat terjadinya piutang, mengelola buku besar piutang, mengoreksi piutang yang telah dibayar oleh klien, maupun berurusan dengan penagihannya, termasuk membuat laporan pajak penghasilan perusahaan. Tugas **Asisten Manajer Akuntansi Biaya** yaitu mengawasi semua pembiayaan untuk produksi, termasuk perhitungan gaji karyawan, penyelesaian pembayaran pembelian barang untuk produksi, dan membuat laporannya.

- 5) **Manajer Produksi** bertanggungjawab kepada direktur utama atas kepegawaian, sistem produksi dan pembelian material. Manajer produksi dalam menjalankan tugasnya bertanggungjawab atas pemakaian bahan baku, bahan pembantu, alat-alat serta tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi, dalam hal ini manajer produksi dalam menjalankan tugasnya membawahi bagian gudang, pembelian, dan bagian pemeliharaan. **Bagian**

**gudang** bertugas untuk mengatur, mengawasi dan mencatat penerimaan dan pengeluaran barang, mengadakan stock opname dan membuat laporan persediaan barang untuk periode tertentu. **Bagian pembelian** bertugas untuk meningkatkan koordinasi dengan bagian yang terkait dalam rangka menyusun rencana pembelian bahan guna memenuhi kebutuhan material yang sesuai dengan rencana produksi dan mencari supplier baru untuk mendapatkan bahan dengan harga yang bersaing dengan tidak mengabaikan kualitas dari bahan yang dibutuhkan dengan mengatur pengiriman barang tersebut sesuai dengan rencana jadwal pemakaian. **Bagian pemeliharaan** atau maintenance bertanggungjawab pada bagian produksi untuk menjaga kelancaran proses produksi yang meliputi bidang teknis, tenaga listrik, tenaga pengawas dan mengkoordinir para bawahan dalam melaksanakan tugasnya serta memberi laporan-laporan apabila terjadi kerusakan mesin dalam aktivitas produksi.

6) **Manajer Personalia**

Manajer personalia bertugas memberikan informasi yang dibutuhkan mengenai sumber daya manusia

kepada pihak yang membutuhkan, berhak mengangkat dan menghentikan sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan, selain direktur dan komisaris dengan persetujuan direktur atau komisaris, menilai dan mengurus jenjang karier karyawan berdasarkan kemampuan, prestasi kerja dan loyalitas.

### **3.1.2. Tinjauan Khusus Perusahaan**

#### **3.1.2.1. Aktivitas Perusahaan**

Telah diungkapkan pada sejarah berdirinya perusahaan, PT.Kuala Pangan adalah perusahaan yang bergerak dalam industri pangan, yang kesehariannya memproduksi mie telur dan bihun. Mie telur cap atom dan super bihun kuah dan goreng adalah hasil produksi yang dapat kita nikmati. Aktivitas perusahaannya tidaklah berbeda dengan perusahaan sejenis pada umumnya, dimana bagian pemasaran akan mencari pelanggan baru yang dilakukan oleh para salesmannya, dan melakukan transaksi penjualannya, selanjutnya bagian akuntansi keuangan akan mengawasi dan menerima laporan penjualan dan penerimaan uang atas penjualan yang telah dilakukan.

Dengan demikian perusahaan akan mengetahui jumlah penjualan yang dilakukan dan berapa jumlah piutang yang dimiliki. Selama penjualan tentunya akan menemukan kemungkinan adanya piutang tidak tertagih, untuk itu perusahaan akan mengantisipasi dengan membuat kebijakan dalam pemberian kredit. Bagian pemasaran akan mencari informasi terlebih dahulu akan calon pelanggannya, dan akan mengevaluasi calon pelanggannya. Jika calon pelanggan dan memenuhi syarat dan standar kredit yang diterapkan perusahaan, maka pelanggan akan dapat membeli secara kredit dan pihak perusahaan akan menunggu pembayarannya pada jatuh tempo, jika tidak membayar pada waktu yang telah disepakati (lewat dari jatuh tempo) akan dikeluarkan surat peringatan, dan selanjutnya akan dilakukan tindakan berdasarkan kebijakan perusahaan yang telah dibuat. Tetapi jika pelanggan bisa membayar lebih cepat dari waktu jatuh tempo, perusahaan akan memberikan potongan penjualan atau potongan tunai. Oleh sebab itu pengelolaan piutang harus ditangani secara baik sehingga piutang dapat diterima dengan lancar.

Karena dengan piutang yang lancar, akan menambah laba perusahaan.

### **3.2. Metode Penelitian**

#### **3.2.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian yang diasumsikan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah metode studi kasus, yaitu dengan menelaah kebijakan pengelolaan piutang yang dijalankan oleh perusahaan, dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

#### **3.2.2. Jenis Data atau Variabel yang Diperlukan**

Adapun jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu dokumen-dokumen atau formulir yang berkaitan langsung dengan pembahasan. Sedangkan variabel yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu kebijakan pemberian kredit, dan ratio piutang.

#### **3.2.3. Sumber Data**

Data-data yang dipergunakan dalam penulisan skripsi ini berasal dari data primer dan data sekunder.

Adapun data-data diperoleh dari :

1) Data Primer

Adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan yang sedang diteliti untuk memperoleh data yang sebenarnya dan selengkap mungkin tentang objek yang akan diteliti.

2) Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dengan mempelajari literatur-literatur, tulisan, karangan ilmiah yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

#### 3.2.4. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang dilakukan penulis, yaitu dengan cara :

- 1) *Observasi* yaitu mengadakan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti yang berhubungan dengan pembuatan skripsi ini.
- 2) *Interview* yaitu melakukan tanya-jawab dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

## 4.1. Kebijakan Pengelolaan Piutang Pada PT. Kuala Pangan

Penjualan kredit adalah salah satu transaksi penjualan yang telah diterapkan oleh PT. Kuala Pangan. Tujuan dari penjualan kredit ini adalah meningkatkan penjualan agar laba yang diperoleh juga akan meningkat, karena dengan penjualan kredit berarti perusahaan akan memberikan kemudahan pembayaran kepada pelanggan, dan bagi perusahaan piutang yang akan diperoleh semakin meningkat.

Namun demikian penjualan kredit yang diterapkan oleh PT. Kuala Pangan ini mengandung resiko kemungkinan piutang tersebut tidak dapat ditagih, dimana piutang tidak tertagih tersebut berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan oleh PT. Kuala Pangan. Dalam mengelola piutangnya, PT. Kuala Pangan mempunyai kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk mencegah timbulnya piutang tak tertagih.

Dalam mengelola piutangnya, PT. Kuala Pangan mempunyai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan penjualan kredit, namun yang mempunyai pengaruh terhadap laba penjualan dan piutang adalah :

1. Standar kredit dan Persyaratan kredit
2. Kebijakan penagihan

#### 4.1.1. Standar Kredit Pada PT. Kuala Pangan

Standar kredit pada PT. Kuala Pangan merupakan langkah-langkah yang dilakukan didalam melakukan evaluasi terhadap para pelanggan. Dimaksudkan untuk menetapkan kelompok pelanggan yang akan menerima kredit. Pada saat calon pelanggan mengajukan keinginan untuk membeli produk dari PT. Kuala Pangan secara kredit, PT. Kuala Pangan akan langsung menerapkan standar kreditnya, dimana calon pelanggan selama enam bulan sanggup melakukan pembelian secara tunai.

Namun demikian tidak semua pelanggan yang telah memberi secara tunai akan layak menerima kredit. PT. Kuala Pangan dalam hal ini menetapkan kebijakan dalam pemberian kredit yang bertujuan untuk menghindari meningkatnya jumlah piutang yang tidak tertagih, meskipun volume penjualan akan meningkat. Kebijakan tersebut berupa prosedur penjualan yang telah diterapkan perusahaan mulai dari awal calon pelanggan mendaftarkan menjadi pelanggan.

Adapun kebijakan dari evaluasi terhadap calon pelanggan pada PT. Kuala Pangan adalah sebagai berikut :

1. Calon pelanggan mengajukan permohonan kredit dengan cara mengisi formulir calon pelanggan, yang merupakan isian mengenai data pribadi calon pelanggan. Formulir tersebut

diserahkan langsung ke bagian keuangan, atau melalui sales yang akan diserahkan ke bagian administrasi. Dengan demikian PT. Kuala Pangan memperoleh data sementara mengenai calon pelanggan kredatnya.

2. Bagian Administrasi Pemasaran PT. Kuala Pangan memeriksa kebenaran data yang ditulis oleh calon pelanggan dengan cara mendatangi alamat yang tertera pada lembar formulir calon pelanggan, menelpon, atau mencari informasi dari pelanggan lama atau lingkungan tempat tinggal usaha calon pelanggan.
3. Apabila bagian pemasaran PT. Kuala Pangan memperoleh kebenaran dari data calon pelanggan, maka Asisten Manajer Pemasaran dan Manajer Pemasaran akan merundingkan apakah calon pelanggan layak atau tidak diberi penjualan secara kredit, terutama bila calon pelanggan bertempat tinggal di kota atau wilayah yang sama. Perusahaan telah menetapkan untuk setiap kota hanya ada satu pelanggan kecuali untuk daerah Jabotabek.
4. PT. Kuala Pangan akan menilai ulang semua calon pelanggan kredatnya tidak terlepas dari konsep 5 C, yaitu :

a. Character (Karakter)

Yang paling utama dari konsep ini adalah PT. Kuala Pangan telah mengenal calon pelanggannya dengan melihat kebenaran data yang diberikan pelanggan mengenai perusahaan pelanggan dan data pribadi pelanggan. Selain itu juga dapat dilihat dari kesadaran akan cara pelunasan kewajibannya dengan melihat data atau pengalaman yang telah diperoleh oleh perusahaan, atau prestasi yang telah diperoleh calon pelanggan.

b. Capacity (Kapasitas)

PT. Kuala Pangan dapat menilai calon pelanggan dari ketepatan pembayaran pada waktu yang telah disepakati berdasarkan pengalaman dan pengamatan di lapangan.

c. Capital (Modal)

PT. Kuala Pangan dapat mengukur posisi keuangan calon pelanggan secara umum, yang dapat dilihat dari pengamatan di lapangan dan informasi yang diperoleh PT. Kuala Pangan akan kemampuan permodalan calon pelanggannya, dilihat dari besar kecilnya perusahaan pelanggan.

d. Collateral (Jaminan)

PT. Kuala Pangan menilai dari jaminan yang akan digunakan calon pelanggan atas kredit yang akan

diperoleh calon pelanggan. Jaminan tersebut bisa berupa keterangan dari bank mengenai rekening koran pelanggan.

e. Condition (Kondisi)

PT. Kuala Pangan memiliki gambaran yang memberikan dampak perubahan kondisi perekonomian secara umum yang akan mempengaruhi kemampuan dan kelancaran pelanggan untuk memenuhi kewajibannya. Gambaran tersebut berupa kemampuan pelanggan dalam memenuhi kewajibannya apakah rendah atau tinggi.

Penilaian dan kebijakan tersebut diterapkan PT. Kuala Pangan sampai pada saat bagian administrasi pemasaran memberikan keputusan bahwa calon pelanggan layak untuk menerima kredit. Namun demikian calon pelanggan yang layak tetap harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dan diterapkan selama ini oleh PT. Kuala Pangan.

#### **4.1.2. Persyaratan Kredit Pada PT. Kuala Pangan**

Selain evaluasi kredit yang diterapkan, PT. Kuala Pangan juga menerapkan persyaratan kredit bagi pelanggan yang layak memperoleh kredit. Kebijakan yang ditetapkan dalam persyaratan kredit pada PT. Kuala Pangan, yaitu terdiri dari :

### 1) Jangka Waktu Pembayaran

Perusahaan memberikan penjualan kredit selama 30 hari dengan maksud bahwa pembayaran piutang dari pelanggan tidak dilakukan secara angsuran, tapi satu transaksi harus dilunasi dalam satu kali pembayaran dalam waktu 30 hari.

Selain itu PT. Kuala Pangan telah menetapkan bahwa pembayaran piutang dari pelanggan tidak dilakukan secara angsuran, tetapi setiap satu transaksi harus dilunasi dalam satu kali pembayaran. Jangka waktu pembayaran kredit untuk tahun 2000 adalah 45 hari.

Sedangkan cara pembayarannya yaitu ada beberapa cara, terdiri dari :

1. Pelanggan membayar hutangnya secara cash, yaitu dengan memberikan uangnya secara langsung kepada kasir perusahaan.
2. Pelanggan membayar melalui giro atau cek.
3. Pelanggan membayar hutangnya melalui transfer bank.

Bagi pelanggan yang melakukan transaksi pembelian beberapa kali dalam satu hari atau beberapa hari, bisa melunasi secara bersamaan dalam satu kali pembayaran.

Selain memudahkan pelanggan dalam menyelesaikan kewajibannya, bagi pihak perusahaan hal ini menguntungkan karena dengan demikian piutang yang dimiliki oleh

perusahaan dapat terbayarkan sekaligus, dan tingkat perputaran piutang dalam satu periode semakin besar.

Bagaimanapun piutang merupakan aktiva lancar yang kurang likuid, karena tidak bisa dimanfaatkan sewaktu-waktu. Perusahaan pada dasarnya lebih menginginkan aliran uang tunai daripada jumlah piutang yang besar, karena kas bisa segera dimanfaatkan untuk berbagai keperluan.

## 2) Potongan Tunai

Untuk lebih menarik minat pelanggan, PT. Kuala Pangan menerapkan persyaratan pemberian kredit 5/10, n/30 yang berarti perusahaan akan memberikan discount atau potongan tunai sebesar 5% apabila pelanggan dapat melunasi pembeliannya dalam 10 hari, tetapi apabila pelanggan melunasi pada hari ke-30 pelanggan akan membayar penuh.

### 4.1.3. Kebijakan Penagihan Pada PT. Kuala Pangan

Kebijakan penagihan yang dilakukan oleh perusahaan, ditujukan untuk pelanggan yang sampai jatuh tempo pembayarannya yang telah ditetapkan belum menyelesaikan kewajibannya.

Dalam kondisi yang demikian, pihak perusahaan telah menetapkan kebijakan didalam menyelesaikan piutang yang tidak tertagih tersebut, yaitu :

Apabila selama dua minggu kemudian setelah penagihan langsung tetap diabaikan, penagihan terakhir dari bagian keuangan apabila pelanggan tidak segera membuat surat pernyataan tidak sanggup menyelesaikan kewajibannya, maka penagih akan mengadakan kepada direktur utama,

3. Penagihan secara hukum

tahun-tahun sebelumnya.  
perusahaan berdasarkan pengalaman-pengalaman pada 1% dari jumlah piutang, yang merupakan kebijakan secara langsung ini biaya yang dicadangkan adalah sebesar tempat usaha atau tempat tinggal pelanggan. Penagihan akan menagih kembali secara langsung dengan mendatangi dua minggu (empat belas hari), seorang dari bagian keuangan Apabila surat tagihan atau telepon tagihan diabaikan, selama

2. Penagihan secara langsung

pengalaman pada tahun-tahun sebelumnya.  
menetapkan kebijakan perusahaan berdasarkan pengalaman-adalah sebesar 0.5% dari jumlah piutang. Hal tersebut perusahaan dalam melakukan penagihan secara umum ini telepon atau surat. Besarnya biaya yang dicadangkan oleh seorang penagih dari bagian keuangan akan menagih melalui Setelah jatuh tempo yang ditentukan sampai tiga puluh hari

1. Penagihan secara umum

kemudian dapat diputuskan untuk meneruskannya secara hukum atau tidak. Secara hukum yaitu atas nama PT. Kuala Pangan akan melaporkan hal tersebut ke kantor polisi, kemudian polisi akan menyidik kejadian, dan bila terdapat bukti diberikan ke kantor kejaksaan untuk seterusnya akan diadakan persidangan.

Kebijakan tersebut biasanya diterapkan bagi pelanggan yang belum melunasi kewajibannya selama satu tahun.

Apabila perusahaan harus menghadapi penagihan yang lebih sulit dalam arti perusahaan harus berhadapan dengan pelanggan yang tidak sanggup menyelesaikan kewajiban tersebut setelah melewati jangka waktu yang telah ditetapkan, pihak perusahaan juga telah menetapkan kebijakan didalam menyelesaikan masalah piutang tidak tertagih dengan berdasarkan dua hal :

1. Piutang yang tidak tertagih yang disebabkan karena musibah yang dialami oleh pelanggan, misalnya kebakaran, atau adanya krisis moneter yang terjadi. Jika memang demikian yang terjadi, prosedur yang dapat dilakukan pelanggan adalah sebagai berikut :
  - a. Pelanggan yang mengalami musibah tersebut atau hal lainnya dapat menulis surat pernyataan atas ketidak sanggupannya menyelesaikan kewajibannya disertai alasan-

alasan yang benar-benar dapat dipercaya dan terbukti oleh pihak perusahaan.

- b. Setelah bagian keuangan, sebagai penagih hutang menerima surat pernyataan tersebut dan menyampaikan kepada bagian akuntansi keuangan, maka bagian keuangan perusahaan segera mengecek kebenaran dari kondisi yang telah dialami oleh pelanggan tersebut.
  - c. Apabila alasan yang dikemukakan oleh pelanggan tersebut terbukti benar, maka bagian administrasi kredit PT. Kuala Pangan membuat surat berita acara yang berisikan persetujuan penghapusan piutang oleh perusahaan.
2. Piutang yang tidak tertagih disebabkan karena pelanggan tidak sanggup membayar hutangnya. Kemungkinan terbesar adalah pelanggan mengalami kerugian besar terhadap usahanya dan berusaha melarikan diri karena terlalu banyak hutang yang harus diselesaikannya. Apabila terjadi demikian, pihak keuangan PT. Kuala Pangan akan menangani prosedur sebagai berikut :
- a. Setelah satu tahun dari tanggal jatuh tempo, seorang dari bagian administrasi kredit akan melakukan penagihan biasa (umum), kemudian dilakukan penagihan langsung kembali oleh asisten manajer akuntansi dan ke tempat pelanggan.

- b. Apabila pelanggan tidak memberikan surat pernyataan atas ketidak sanggupannya didalam membayar hutangnya, maka pihak PT. Kuala Pangan akan melanjutkannya melalui jalur hukum yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

#### **4.2. Evaluasi Atas Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Piutang Pada PT. Kuala Pangan**

Kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara tunai maupun secara kredit. Dalam transaksi penjualan kredit, jika order dari pelanggan telah dipenuhi dengan pengiriman barang atau penyerahan jasa, untuk jangka waktu tertentu perusahaan memiliki piutang kepada pelanggannya. Kegiatan penjualan kredit ini ditangani oleh perusahaan melalui sistem penjualan kredit.

Sistem penjualan secara kredit umumnya digunakan oleh perusahaan manufaktur dalam penjualan produk mereka. Dalam sistem penjualan ini, seleksi pelanggan yang dapat diberi kesempatan untuk membeli secara kredit dilaksanakan oleh fungsi kredit.

Dalam menetapkan kebijakan kredit, perusahaan merumuskan terlebih dahulu standar kredit dan syarat-syarat kredit. Standar kredit yang terlalu ketat akan menurunkan penjualan, sedang standar kredit yang terlalu longgar akan mengakibatkan naiknya kerugian karena piutang ragu-ragu.

Dilihat dari standar kredit yang telah dilakukan oleh PT. Kuala Pangan, dapat diketahui bahwa standar kredit tersebut berupa evaluasi terhadap para pelanggan. Dari evaluasi tersebut, PT. Kuala Pangan dapat mengetahui data-data dari pelanggan, dan mengevaluasi kebenaran dari data-data tersebut, serta melakukan penilaian ulang terhadap para pelanggan yang akan diberikan kredit dengan menggunakan konsep 5 C, yaitu character, capacity, capital, collateral, dan condition dari para pelanggan.

Dengan melakukan evaluasi pelanggan tersebut, PT. Kuala Pangan dapat memberikan keputusan mengenai diberi atau tidaknya para pelanggan dalam untuk menerima kredit dari perusahaan. Sehingga dengan demikian, perusahaan dapat menekan terjadinya piutang yang meragukan ataupun resiko yang harus ditanggung atas piutang yang macet.

Adapun dari persyaratan kredit yang telah ditetapkan oleh PT. Kuala Pangan, dapat terlihat bahwa syarat kredit yang telah ditetapkan tersebut dimaksudkan untuk memberikan motivasi kepada para pelanggan agar dapat memenuhi kewajibannya tepat waktu dari jangka waktu pembayaran yang telah ditetapkan, selain itu juga untuk keuntungan bagi para pelanggan untuk mendapatkan potongan tunai yang diberikan oleh perusahaan jika para pelanggan memenuhi kewajibannya sebelum jatuh tempo kewajibannya. Pada tahun

2000 PT. Kuala Pangan memperlonggar jatuh tempo pembayarannya, yaitu dari 30 hari pada tahun 1999 menjadi 45 hari pada tahun 2000.

Potongan tunai sebesar 5% yang ditawarkan pelanggan ternyata dapat menarik pelanggannya meskipun kurang menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan di bawah ini :

Opportunity cost tahunan dari pengabaian potongan tunai :

$$\frac{a}{1-a} \times \frac{360}{c-b} \times 100\%$$

dimana : a = persentase potongan tunai  
 b = jangka waktu potongan tunai  
 c = jangka waktu pembayaran

Opportunity cost tahun 1999 adalah :

$$\frac{0,05}{0,95} \times \frac{360}{30-10} \times 100\% = \underline{\underline{94,73\%}}$$

Opportunity cost tahun 2000 adalah :

$$\frac{0,05}{0,95} \times \frac{360}{45-10} \times 100\% = \underline{\underline{54,14\%}}$$

Opportunity cost yang terlalu tinggi dapat merugikan perusahaan, dimana terdapat biaya yang lebih besar untuk potongan tunai, meskipun masih di atas suku bunga bank saat itu.

Sedangkan dari kebijakan penagihan yang telah dilakukan oleh PT. Kuala Pangan, dapat dilihat bahwa kebijakan penagihan tersebut merupakan langkah-langkah yang akan ditempuh oleh PT. Kuala Pangan dalam menekan resiko kredit yang harus ditanggung oleh

perusahaan. Dimana dalam melakukan penagihan tersebut, PT. Kuala Pangan melakukan berbagai pendekatan, baik secara pasif maupun secara aktif.

Secara pasif dilakukan dengan cara melakukan penagihan baik melalui surat maupun melalui telepon. Sedangkan secara aktif dilakukan dengan cara melakukan penagihan langsung yang dilakukan oleh bagian penagihan terhadap para pelanggan yang setelah dilakukan penagihan secara pasif masih belum juga memenuhi kewajibannya, dan jika tidak berhasil juga, PT. Kuala Pangan meneruskannya dengan melakukan penagihan melalui jalur hukum.

Dari uraian tersebut diatas, jelas bahwa PT. Kuala Pangan dengan menetapkan kebijakan penagihan tersebut berusaha untuk dapat mengendalikan tidak tertagihnya piutang dari para pelanggan tersebut. Selain itu juga untuk memberikan motivasi kepada para pelanggan untuk melunasi kewajibannya.

Dari hasil evaluasi terhadap kebijakan pengelolaan piutang yang telah dilakukan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kebijakan pengelolaan piutang yang dilakukan oleh PT. Kuala Pangan dapat dikatakan efektif, karena telah memenuhi berbagai kriteria yang sesuai dengan standar kredit yang baik, persyaratan kredit yang cukup dan kebijakan penagihan yang baik pula. Sehingga dengan demikian diharapkan bahwa terjadinya piutang yang tidak dapat tertagih oleh

PT. Kuala Pangan dapat ditekan dan laba yang diperoleh dari penjualan kredit tersebut dapat meningkat.

#### **4.2.1. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Penjualan**

Kebijakan pengelolaan piutang yang dilaksanakan pada PT. Kuala Pangan, dimana dalam kebijakan tersebut terdapat perubahan khususnya jangka waktu pembayaran yang diperpanjang menjadi 45 hari pada tahun 2000, mempengaruhi volume penjualan kredit perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari perubahan tingkat penjualan kredit selama tahun 2000. Pada tahun 2000 dengan kebijakan tersebut memberikan dampak positif terhadap penjualan kredit perusahaan, dimana pada tahun 1999 dengan kebijakan yang lama perusahaan mampu melakukan penjualan kredit sebesar Rp. 1.950.158.730,- sedangkan pada tahun 2000 dengan diperlonggarnya jangka waktu penagihan tersebut perusahaan mampu melakukan penjualan kredit sebesar Rp. 2.514.318.855,-. Sehingga terdapat perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar Rp. 564.160.125,-.

#### 4.2.2. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Variabel Pada PT. Kuala Pangan

Dalam melaksanakan kebijakan pengelolaan piutang, PT. Kuala Pangan membutuhkan biaya yang timbul akibat dari adanya piutang tersebut.

Dampak dari kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan berpengaruh pula pada biaya variabel. Untuk lebih jelasnya, pengaruh dari kebijakan pengelolaan piutang terhadap biaya variabel tersebut, dapat dilihat pada tabel 4.1. di bawah ini.

Tabel 4.1. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Variabel PT. Kuala Pangan Tahun 1999 dan 2000

Uraian	Tahun 1999 (Rp)	Tahun 2000 (Rp)
Biaya Variabel :		
1. Bahan Baku	398.180.976,45	429.343.048,61
2. Tenaga Kerja Langsung	431.362.724,49	529.523.093,29
3. FOH Variabel	276.514.566,98	357.785.873,84
<b>Total</b>	<b>1.106.058.267,91</b>	<b>1.316.652.015,74</b>

Sumber : Data diolah

Dari tabel tersebut di atas, dapat dilihat pada tahun 1999 PT. Kuala Pangan mengalami peningkatan biaya variabel sebesar Rp. 210.593.747,83 dimana pada tahun 1999 biaya variabel yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 1.106.058.267,91 dan pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1.316.652.015,74

#### **4.2.2. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Kontribusi Marjin Pada PT. Kuala Pangan**

Dengan berubahnya volume penjualan kredit akibat dari berubahnya kebijakan pengelolaan piutang, maka kontribusi marjin yang dihasilkan akan berubah pula.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, dapat diketahui bahwa perubahan kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan telah menyebabkan peningkatan penjualan kredit sebesar Rp. 564.160.125,- Peningkatan penjualan kredit tersebut menyebabkan perolehan kontribusi marjin piutang perusahaan mengalami peningkatan.

Untuk lebih jelasnya, peningkatan mengenai kontribusi marjin yang diperoleh oleh PT. Kuala Pangan, dapat dilihat pada tabel 4.2. di bawah ini.

Tabel 4.2. Dampak Pengelolaan Piutang Terhadap Kontribusi Margin Penjualan Kredit PT. Kuala Pangan Tahun 1999 dan 2000

Uraian	Tahun 1999 (Rp)	Tahun 2000 (Rp)
Penjualan Tunai	150.221.350,00	225.246.071
Penjualan Kredit	1.950.158.730,00	2.514.318.855,00
Total Penjualan	2.100.380.080,00	2.739.546.926,00
Biaya Variabel	1.106.058.267,91	1.316.652.015,74
Margin Kontribusi	994.321.812,09	1.422.912.910,26

Sumber : Data diolah

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa margin kontribusi pada tahun 1999 adalah sebesar Rp. 994.321.812,09 dan pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1.422.912.910,26. Sehingga dapat dilihat bahwa pada tahun 2000, margin kontribusi yang diperoleh oleh PT. Kuala Pangan mengalami peningkatan sebesar Rp. 428.591.098,17.

Dari hasil tersebut, selanjutnya rasio dari margin kontribusi yang dihasilkan dari investasi piutang pada PT. Kuala Pangan dapat dilihat pada tabel 4.3. di bawah ini. Dimana rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan Kredit}} \times 100\%$$

Tabel 4.3. Rasio Marjin Kontribusi  
PT. Kuala Pangan  
Tahun 1999 dan 2000

Uraian	Tahun 1999	Tahun 2000
Marjin Kontribusi	994.321.812,09	1.422.912.910,26
Penjualan Kredit	1.950.158.730,00	2.514.318.855,00
Rasio Majin Kontribusi	51%	57%

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa pada tahun 1999 rasio marjin kontribusi pada PT. Kuala Pangan adalah sebesar 51% dan pada tahun 2000 adalah sebesar 57% atau mengalami peningkatan sebesar 6%.

#### 4.2.3. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Piutang Pada PT. Kuala Pangan

Dampak dari kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan berakibat pula pada biaya-biaya yang terkait dengan piutang tersebut.

Biaya piutang yang dimaksud, adalah biaya yang terjadi akibat timbulnya piutang. Adapun biaya-biaya tersebut, pada PT. Kuala Pangan terdiri dari :

1. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum tersebut adalah biaya piutang yang terjadi akibat timbulnya piutang, sehingga memerlukan

dokumen dan catatan yang diperlukan untuk mengadministrasi piutang tersebut.

Adapun biaya administrasi piutang yang dikeluarkan oleh PT. Kuala Pangan dilakukan dengan cara melakukan estimasi terhadap biaya-biaya yang terkait. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.4. Biaya Administrasi dan Umum  
PT. Kuala Pangan  
Tahun 1999 dan 2000

Biaya Administrasi	Tahun 1999 (Rp)	Tahun 2000 (Rp)
Biaya Gaji	12.350.500,00	15.800.950,00
ATK	3.750.000,00	4.450.000,00
Telpon	2.500.000,00	3.075.125,00
Lain-lain	901.087,30	1.817.113,55
<b>Total</b>	<b>19.501.587,30</b>	<b>25.143.188,55</b>

Sumber : Data diolah

## 2. Biaya Penagihan

Biaya penagihan adalah biaya yang terjadi atas dilakukannya penagihan piutang oleh pihak perusahaan kepada konsumen. Dimana dalam proses penagihan tersebut perusahaan memerlukan biaya baik biaya surat-menyurat, dan biaya kunjungan langsung ke pihak konsumen.

Adapun besarnya biaya penagihan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5. di bawah ini :

Tabel 4.5. Biaya Penagihan  
PT. Kuala Pangan  
Tahun 1999 dan 2000

Biaya Penagihan	Tahun 1999 (Rp)	Tahun 2000 (Rp)
Biaya Perjalanan	19.750.535,00	25.350.250,00
Lain-lain (Surat)	9.501.845,95	12.364.532,83
Total	29.252.380,95	37.714.782,83

Sumber : Data diolah

### 3. Biaya Penghapusan Piutang

Biaya penghapusan piutang disini, adalah biaya yang timbul akibat adanya penghapusan piutang karena piutang tersebut tidak dapat ditagih kembali oleh perusahaan.

Pada tahun 1999 dan pada tahun 2000, PT. Kuala Pangan tidak mengeluarkan biaya penghapusan piutang, hal ini dikarenakan tidak terjadinya piutang yang tak tertagih ataupun piutang yang macet.

### 4. Biaya Dana

Biaya dana adalah biaya yang timbul akibat adanya dana yang tertanam dalam piutang tersebut.

Biaya dana yang dikeluarkan pada PT. Kuala Pangan, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.6. Biaya Dana  
PT. Kuala Pangan  
Tahun 1999 dan 2000

Biaya Dana	Tahun 1999 (Rp)	Tahun 2000 (Rp)
Tingkat Suku Bunga Rata-rata x Kredit Modal Kerja	20%	19%
Total	429.034.920,30	477.720.582,45

Sumber : Data diolah

Untuk lebih jelasnya biaya-biaya piutang tersebut, berikut ini akan penulis uraikan perincian dari perhitungan biaya piutang yang terjadi tersebut di bawah ini.4.7.

Tabel 4.7. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Biaya Yang Terkait Dengan Piutang PT. Kuala Pangan Tahun 1999 dan 2000

Uraian	Tahun 1999	Tahun 2000
Penjualan Kredit	1.950.158.730,00	2.514.318.855,00
Biaya administrasi	19.501.587,30	25.143.188,55
Biaya Penagihan	29.252.380,95	37.714.782,83
Biaya Penghapusan Piutang	0	0
Biaya Dana	429.034.920,30	477.720.582,45
Total	477.788.888,85	540.578.553,83

Sumber : Data diolah

terdapat kenaikan dari biaya piutang yang harus ditanggung oleh perusahaan. Hal tersebut terjadi karena adanya kenaikan penjualan kredit yang terjadi pada tahun 2000, dimana pada tahun biaya penjualan kredit pada PT. Kuala Pangan naik sebesar Rp. 62.789.664,98 dari tahun 1999.

#### **4.3. Evaluasi Kebijakan Pengelolaan Piutang dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Kuala Pangan**

Kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan terdiri dari evaluasi terhadap para pelanggan, persyaratan kredit dan kebijakan penagihan.

Evaluasi terhadap para pelanggan yang harus dipenuhi calon pelanggan baik pada tahun 1999 dan tahun 2000 tidak mengalami perubahan. Dimana dari evaluasi tersebut perusahaan bertujuan untuk mengetahui secara rinci mengenai data pelanggan sehingga perusahaan dapat memutuskan apakah pelanggan tersebut layak untuk diberikan kebijakan penjualan kredit atau tidak.

Untuk syarat kredit pada PT. Kuala Pangan terdapat perubahan pada tahun 2000. Dimana perubahan tersebut adalah pada periode kredit yang dilakukan diperpanjang dari 30 hari pada tahun 1999 menjadi 45 hari pada tahun 2000. Hal ini dimaksudkan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan kreditnya, sehingga perusahaan mampu melakukan penjualan yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya.

agar dapat meningkatkan penjualan kreditnya, sehingga perusahaan mampu melakukan penjualan yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Penjualan kredit tersebut mengalami peningkatan sebesar Rp. 564.160.125,-.

Sedangkan dampak dari kebijakan pengelolaan piutang terhadap laba, berikut ini akan penulis uraikan pada tabel 4.8. di bawah ini.

Tabel 4.8. Dampak Kebijakan Pengelolaan Piutang Terhadap Laba PT. Kuala Pangan Tahun 1999 dan 2000

Uraian	Tahun 1999 (Rp)	Tahun 2000 (Rp)
Penjualan Kredit	1.950.158.730,00	2.514.318.855,00
Biaya Variabel	1.106.058.267,91	1.316.652.015,74
Marjin Kontribusi	844.100.462,09	1.197.666.839,26
Biaya yang terkait dengan piutang :		
Biaya administrasi	19.501.587,30	25.143.188,55
Biaya Penagihan	29.252.380,95	37.714.782,83
Biaya Penghapusan Piutang	0	0
Biaya Dana	429.034.920,30	477.720.582,45
Total	477.788.888,55	540.578.553,83
Kontribusi Penjualan Kredit Terhadap Laba	366.311.576,54	657.088.285,43

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa laba yang diperoleh dari penjualan kredit tersebut adalah sebesar

Berdasarkan perhitungan-perhitungan di atas, dapat diketahui kebijakan pengelolaan piutang mempunyai pengaruh terhadap laba perusahaan. Dimana pada tahun 2000 perusahaan memperlonggar kebijakan pengelolaan piutangnya yaitu untuk periode pengumpulan piutang diperpanjang pada tahun 2000 dari 30 hari menjadi 45 hari. Hal tersebut dimaksudkan perusahaan ingin meningkatkan penjualan kreditnya, sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan akan meningkat pula.

Adanya penjualan secara kredit membawa konsekuensi akan munculnya perkiraan harta dalam bentuk "Piutang Dagang." Bagi perusahaan pengelolaan piutang menjadi begitu penting pada saat perusahaan harus menentukan berapa jumlah piutang yang optimal dan bagaimana perusahaan mengelola secara efisien hal-hal yang menyangkut tentang piutang, agar piutang yang dimiliki oleh perusahaan dapat memberikan laba yang maksimal bagi perusahaan. Didalam pengelolaan piutang, perusahaan

mempengaruhi laba pada perusahaan.

Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melaksanakan penjualan kredit. Dengan penjualan kredit tersebut berarti perusahaan memiliki piutang. Semakin besar tingkat penjualan kredit, berarti tidak hanya volume piutang yang semakin besar, tetapi perusahaan juga mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk mendukung penjualan kredit. Kebijakan dalam pengelolaan piutang yang diterapkan perusahaan hendaknya dapat memberikan tambahan laba yang sesuai, yaitu yang lebih besar daripada tambahan biaya yang dikeluarkan akibat penjualan kredit. Kebijakan pengelolaan piutang yang efisien diharapkan dapat memberikan laba pada perusahaan. Standar kredit, persyaratan kredit, dan kebijakan pengumpulan piutang merupakan komponen dari kebijakan pengelolaan piutang perusahaan yang akan

## RANGKUMAN KESELURUHAN

### BAB V

Bagi piutang yang sudah lewat waktu diperlukan adanya kebijakan dalam penagihan. Kebijakan penagihan suatu perusahaan adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bilamana sudah jatuh tempo. Sebagian dari keefektifan perusahaan dalam

keadaan yang demikian, perusahaan mempunyai beberapa cara agar piutangnya terkumpul secara efektif. Pembertahuan akan jatuh temponya piutang dilakukan beberapa hari sebelumnya agar pelanggan membayar tepat waktu dan tidak timbul piutang yang sudah lewat waktu. menginginkan adanya pembayaran yang cepat. Sehubungan dengan pelanggan. Tentunya dengan kenaikan volume penjualan, setiap perusahaan memiliki piutang yang pada jatuh temponya akan dibayar oleh para Apabila perusahaan menjual produk secara kredit, berarti perusahaan menarik bagi pelanggannya.

Dalam menetapkan suatu kebijakan atas pengelolaan piutang, manajemen perusahaan juga menetapkan syarat-syarat kredit bagi pelanggannya. Persyaratan kredit merupakan pola pembayaran pelanggan, dimana perusahaan menetapkan adanya periode dimana kredit diberikan dan potongan tunai (jika ada) untuk pembayaran yang dilakukan lebih awal. Oleh karena itu, apabila perusahaan ingin meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus dapat menawarkan pola pembayaran yang

hanya pengelolaan piutang yang baik, tetapi juga terkendali. perlu menetapkan kebijakan kredit yang efektif dan efisien, sehingga tidak

menerapkan kebijakan pengumpulan piutang dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang.

Suatu perusahaan dikatakan berhasil atau tidak dalam mengelola perusahaan, dilihat dari besar atau kecilnya keuntungan ( laba ) yang diperoleh perusahaan tersebut. Laba itu sendiri merupakan selisih positif dari pendapatan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan.

Semakin banyak pelanggan membeli secara kredit, berarti akan semakin banyak jumlah piutang yang akan diperoleh perusahaan dan berarti akan ada peningkatan pada labanya. Namun demikian, bagi perusahaan-peningkatan jumlah piutang akan mengakibatkan adanya kenaikan biaya-biaya yang timbul akibat piutang tersebut. Oleh karena itu, perusahaan berusaha agar biaya-biaya yang timbul akibat piutang dapat ditekan sedemikian rupa agar peningkatan perolehan laba yang diharapkan tidak terpengaruh.

Tetapi jika perusahaan melakukan penjualan dengan kredit hanya kepada para pelanggan besar, maka kerugian karena timbulnya piutang ragu-ragu biasanya kecil. Sebaliknya ada kemungkinan tingkat penjualan perusahaan akan berkurang dan laba yang seharusnya diperoleh dari penjualan yang hilang tersebut, dapat lebih besar daripada biaya yang dapat dihindarkannya. Untuk menentukan standar kredit yang optimal, maka perusahaan perlu membandingkan antara biaya marjinal pemberian kredit dengan laba marjinal dan peningkatan penjualan.

PT. Kuala Pangan adalah sebuah perusahaan yang bergerak di dalam industri pangan, khususnya adalah Mie telur. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1974, yang sebetulnya merupakan pengembangan dari perusahaan perseorangan berbentuk firma, yang didirikan pada tahun 1954.

Pada waktu itu dalam proses produksinya, perusahaan masih menggunakan panas sinar matahari untuk proses pengeringannya.

Pada tahun 1965, Firma ini melakukan perluasan dengan mendirikan sebuah pabrik bihun dilokasi yang berbeda diatas tanah seluas 10.000 m2, sebagian besar dari luas tanah dipakai untuk areal pengeringan dengan sinar matahari.

PT.Kuala Pangan berlokasi hampir ditengah-tengah antara Jakarta dan Bogor, tepatnya di daerah Citeurep. Lokasi ini dipilih karena berdekatan dengan jakarta dimana sebagian besar bahan baku pembeliannya dilakukan dari Jakarta, demikian juga hasil produksi sebagian besar dikirim ke/malalui Jakarta. Hal ini karena pengiriman untuk keluar Pulau Jawa dilakukan melalui Pelabuhan pasar Ikan dan Tanjung Priok di Jakarta, sehingga biaya transport atau angkutan dapat menjadi lebih rendah.

Adapun kebijakan dari evaluasi terhadap calon pelanggan pada PT. Kuala Pangan adalah sebagai berikut :

1. Calon pelanggan mengajukan permohonan kredit dengan cara mengisi formulir calon pelanggan, yang merupakan isian mengenai data pribadi calon pelanggan

2. Bagian administrasi pemasaran PT. Kuala Pangan memeriksa kebenaran data yang ditulis oleh calon pelanggan.

3. Apabila bagian pemasaran PT. Kuala Pangan memperoleh kebaruan dari data calon pelanggan, maka Asisten Manajer Pemasaran dan Manajer Pemasaran akan menganalisis, membandingkan dan memutuskan apakah calon pelanggan layak atau tidak diberi penjualan secara kredit.

4. PT. Kuala Pangan akan menilai ulang semua calon pelanggan kredatnya tidak terlepas dari konsep 5 C, yaitu :

- a. Character (Karakter)
- b. Capacity (Kapasitas)
- c. Capital (Modal)
- d. Collateral (Jaminan)
- e. Condition (Kondisi)

Selain evaluasi kredit yang diterapkan, PT. Kuala Pangan juga menerapkan persyaratan kredit bagi pelanggan yang layak memperoleh kredit. Kebijakan yang ditetapkan dalam persyaratan kredit pada PT. Kuala Pangan, yaitu terdiri dari :

1) Jangka Waktu Pembayaran

Perusahaan memberikan penjualan kredit selama 30 hari dengan maksud bahwa pembayaran piutang dari pelanggan tidak dilakukan secara angsuran, tapi satu transaksi harus dilunasi dalam satu kali pembayaran dalam waktu 30 hari.

angsuran, tapi satu transaksi harus dilunasi dalam satu kali pembayaran dalam waktu 30 hari.

Selain itu PT. Kuala Pangan telah menetapkan bahwa pembayaran piutang dari pelanggan tidak dilakukan secara angsuran, tetapi setiap satu transaksi harus dilunasi dalam satu kali pembayaran. Jangka waktu pembayaran pada tahun 2000 adalah 45 hari.

## 2) Potongan Tunai

Untuk lebih menarik minat pelanggan, PT. Kuala Pangan menerapkan persyaratan pemberian kredit 5/10, n/30 yang berarti perusahaan akan memberikan discount atau potongan tunai sebesar 5% apabila pelanggan dapat melunasi pembeliannya dalam 10 hari, tetapi apabila pelanggan melunasi pada hari ke-30 pelanggan akan membayar penuh.

Sedangkan cara pembayarannya yaitu ada beberapa cara, terdiri dari :  
1. Pelanggan membayar hutangnya secara cash, yaitu dengan memberikan uangnya secara langsung kepada kasir perusahaan.

2. Pelanggan membayar melalui giro atau cek.

3. Pelanggan membayar hutangnya melalui transfer bank.

Kebijakan penagihan yang dilakukan oleh perusahaan, ditujukan untuk pelanggan yang sampai jatuh tempo pembayarannya yang telah ditetapkan belum menyelesaikan kewajibannya. Kebijakan tersebut terdiri dari :

1. Penagihan secara umum

2. Penagihan secara langsung

3. Penagihan secara hukum

Dalam melaksanakan kebijakan pengelolaan piutang, PT. Kuala Pangan membutuhkan biaya yang timbul akibat dari adanya piutang tersebut.

Biaya piutang yang dimaksud, adalah biaya yang terjadi akibat timbulnya piutang. Adapun biaya-biaya tersebut, pada PT. Kuala Pangan terdiri dari :

1. Biaya Administrasi dan umum
2. Biaya Penagihan
3. Biaya Penghapusan Piutang
4. Biaya Dana

Berdasarkan perhitungan-perhitungan, dapat diketahui bahwa laba yang diperoleh dari penjualan kredit tersebut adalah sebesar Rp. 516.532.923,24 pada tahun 1999 dan Rp. 882.334.356,43 pada tahun 2000, sehingga terjadi peningkatan sebesar Rp. 365.801.433,20

Berdasarkan perhitungan-perhitungan di atas, dapat diketahui kebijakan pengelolaan piutang mempunyai pengaruh terhadap laba perusahaan. Dimana pada tahun 2000 perusahaan memperlonggar kebijakan pengelolaan piutangnya yaitu untuk periode pengumpulan piutang diperpanjang pada tahun 2000 dari 30 hari menjadi 45 hari.

Hal tersebut dimaksudkan perusahaan ingin meningkatkan penjualan kreditya, sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan akan meningkat pula.

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Simpulan

##### 6.1. Simpulan Umum

1. PT. Kuala Pangan adalah sebuah perusahaan yang bergerak di dalam industri pangan yang didirikan pada tahun 1974, yang sebetulnya merupakan pengembangan dari perusahaan perseorangan berbentuk firma, yang didirikan pada tahun 1954.
2. Adapun bidang usaha yang akan dijalankan oleh PT. Kuala Pangan adalah memproduksi mie kering dan bihun kering dan mengimport bahan baku penolong yang diperlukan untuk kegiatan usaha tersebut dan menjual hasil produksinya dengan sasaran pasar dalam negeri.

##### 6.2. Simpulan Khusus

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, berikut ini penulis akan mengemukakan simpulan-simpulan sebagai berikut :

1. Kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan terdiri dari :

a. Evaluasi Terhadap Para Pelanggan

Evaluasi atau seleksi terhadap para pelanggan dengan menilai semua pelanggannya tidak terlepas dari konsep "5 C" (Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition), sudah baik sehingga PT. Kuala Pangan dapat memutuskan kepada siapa kredit diberikan dan berapa jumlah yang akan diberikan.

b. Persyaratan Kredit

Persyaratan kredit pada PT. Kuala Pangan, yaitu terdiri dari jangka waktu pembayaran, dan potongan tunai.

Dengan jangka waktu pembayaran yang diperlonggar dari 30 hari pada tahun 1999 menjadi 45 hari pada tahun 2000, menunjukkan adanya kelonggaran pengumpulan piutang, begitu pula potongan tunai sebesar 5% yang menarik pelanggan, namun memberikan dampak yang kurang menguntungkan bagi perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari opportunity cost pada tahun 1999 sebesar 94,73% dan pada tahun 2000 sebesar 54,14%.

c. Kebijakan penagihan

Kebijakan penagihan pada PT. Kuala Pangan, terdiri dari :

- 1) Penagihan secara umum
- 2) Penagihan secara langsung
- 3) Penagihan secara hukum

2. Dampak kebijakan pengelolaan piutang terhadap penjualan memberikan dampak positif terhadap penjualan kredit perusahaan, dimana pada tahun 1999 dengan kebijakan yang lama perusahaan mampu melakukan penjualan kredit sebesar Rp. 1.950.158.730,- sedangkan pada tahun 2000 dengan diperlonggarnya jangka waktu penagihan tersebut perusahaan mampu melakukan penjualan kredit sebesar Rp. 2.514.318.855,-. Sehingga terdapat perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar Rp. 564.160.125,-.
3. Dampak kebijakan pengelolaan piutang terhadap biaya variabel dilihat pada tahun 2000, PT. Kuala Pangan mengalami peningkatan biaya variabel sebesar Rp. 210.593.747,83 dimana pada tahun 1999 biaya variabel yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 1.106.058.267,91 dan pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1.316.652.015,74
4. Dampak kebijakan pengelolaan piutang terhadap margin kontribusi yang dihasilkan, dapat diketahui margin kontribusi pada tahun 1999 adalah sebesar Rp. 994.321.812,09 dan pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1.422.912.910,26. Sehingga dapat dilihat bahwa pada tahun 2000, margin kontribusi yang diperoleh oleh PT. Kuala Pangan mengalami peningkatan sebesar Rp. 428.591.098,17.
5. Kebijakan pengelolaan piutang pada PT. Kuala Pangan terhadap biaya terdapat kenaikan dari biaya piutang yang harus ditanggung oleh perusahaan. Hal tersebut terjadi karena adanya kenaikan

penjualan kredit yang terjadi pada tahun 2000, dimana pada tahun biaya penjualan kredit pada PT. Kuala Pangan naik sebesar Rp. 62.789.664,98 dari tahun 1999.

6. Dari evaluasi kebijakan pengelolaan piutang yang dilakukan pada PT. Kuala Pangan dapat diketahui bahwa laba yang diperoleh dari penjualan kredit tersebut adalah sebesar Rp. 516.532.923,24 pada tahun 1999 dan Rp. 882.334.356,43 pada tahun 2000, sehingga terjadi peningkatan sebesar Rp. 365.801.433,20.

## 6.2. Saran

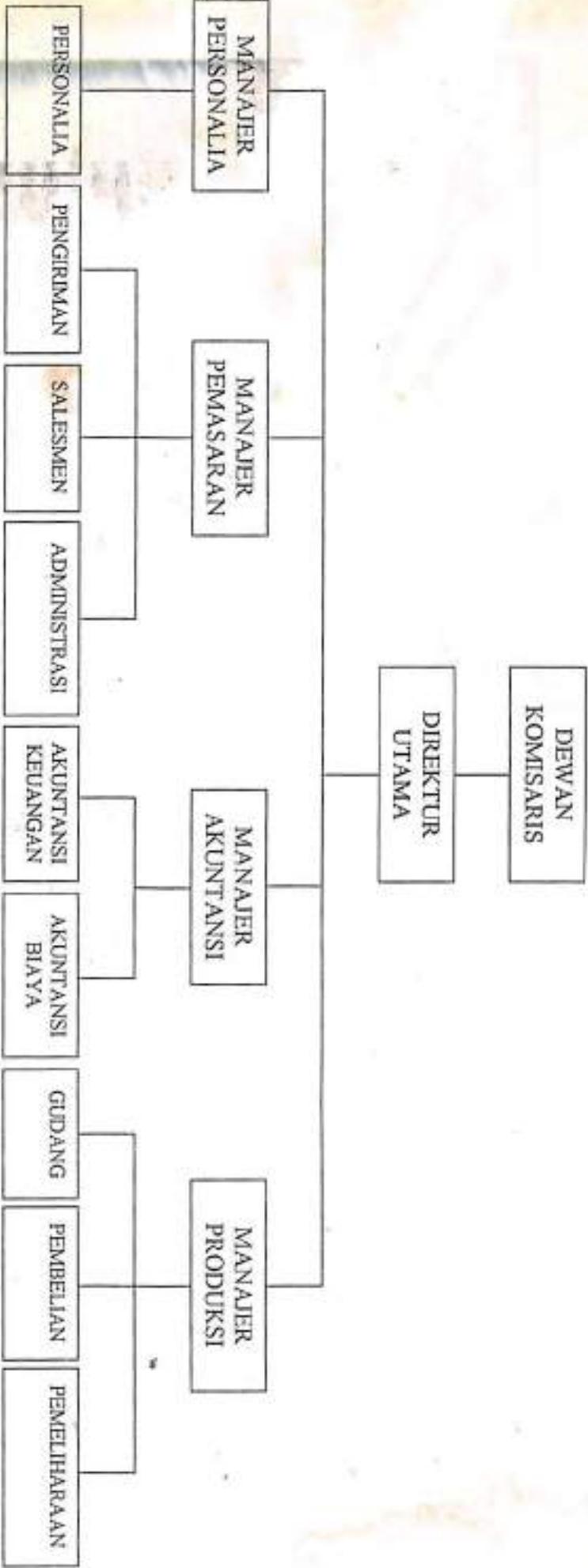
Berdasarkan simpulan-simpulan tersebut di atas, berikut ini penulis mengemukakan saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi perusahaan, yaitu

1. Potongan tunai yang diberikan kepada pelanggan sebesar 5% perlu ditinjau kembali, sebaiknya kurang dari 5%, sehingga opportunity cost-nya tidak terlalu tinggi, dan dapat merugikan perusahaan. Atau dengan cara mengurangi jangka waktu pembayaran potongan tunai (kurang dari 10 hari).

## DAFTAR PUSTAKA

- 1) Ainun Na'im, Drs., Ak., Akuntansi Keuangan I, Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit BPFE, 1998.
- 2) C. Handoyo Wibisono, Manajemen Modal Kerja. Edisi ketiga, Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 1997.
- 3) Haryono Jusuf A.L, Ak., MBA., Drs, Dasar-dasar Akuntansi. Yogyakarta : Bagian Penerbitan STIE YKPN, 1995.
- 4) Hadibroto, Prof., DR., H.S., dan Sudrajat Sukadam, Drs, Akuntansi Intermediate. Jakarta : Penerbit PT. Ichtiar Baru-van Hoeve, 1982.
- 5) Indriyo Gitosudarmo M. Com (Hans), Drs, Basri, Drs. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: Penerbit BPFE, Anggota IKAPI, 1995.
- 6) J.Fred Weston, Thomas Copeland. Manajemen Keuangan. Dialihbahasakan Jaka wasana dan kribandoko. Edisi kedelapan. Jilid Pertama. Jakarta: Penerbit Binapura aksara, 1992.
- 7) J.Fred Weston, Eguene F. Brigham. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Aliih bahasa A.Q.Khalid. Edisi kesembilan. Jilid Pertama. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1991.
- 8) John D. Martin, Arthur J. Keown, J. William Petty and David F. Scott, Jr. Alih bahasa Haris Munandar, Dasar-dasar Manajemen Keuangan Jilid 2. Edisi kelima. Jakarta : PT. Raya Grafindo Persada, 1998.
- 9) Lukman Syamsudin, MA, Drs. Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan. Edisi Baru. Jakarta, 1995.
- 10) Mohamad Muslich. Manajemen Keuangan Modern. Edisi Pertama. Jakarta : Bumi Aksara, 1998
- 11) Napa J. Awat, SU dan Drs. Mulyedi RS., MS., Manajemen Modal Kerja. Edisi pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta : Penerbit Liberti, 1996.
- 12) Niswonger, Philip E. Fess, Warren. Prinsip – prinsip Akuntansi. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991.

- 13)R. Agus Sartono, MBA., Drs., Manajemen Keuangan ; Teori dan Aplikasi, Edisi Ketiga . Yogyakarta: BPFE, 1996.
- 14)R. A. Supriyono, S.U., Akuntan, Drs. Akuntansi Manajemen I ; Konsep Dasar Akuntansi Manajemen Dan Proses Perencanaan. Edisi 1. Yogyakarta : BPFE, 1991.
- 15)Suad Husnan, MBA., Drs. Manajemen Keuangan;Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek). Buku 2. Edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE, Universitas Gajah Mada, 1996.
- 16)Sumarso S.R. Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi 4. Jakarta : PT.Rineka Cipta,1996.
- 17)Steve H. Karnadi, Drs. Manajemen Pembelanjaan. Jilid 1.Edisi September. Jakarta: Yayasan Pronotio Humana, 1993.
- 18)Smith, Jay M. and K. Fred Skousen. Intermediate Accounting. Comprehensive Volume. Alih bahasa: Alfonsus Sirait. Edisi 11. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1995.
- 19)Sukrisno Agoes. Auditing (Pemeriksaan Akuntan) oleh Kantor Akuntan Publik. Jilid I. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia,1996.
- 20)Sofyan Safri Harahap. Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Jakarta : Rajawali, 1998.
- 21)Van Horne, James C. and John M. Wachowicz, Jr. Alih bahasa : Heru Sutojo. Prinsip - prinsip Manajemen Keuangan. Edisi kesembilan, jilid 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 1997.
- 22)Weygant, Kieso, Kell. Accounting Principles. Forth Edition. By John Wiley & Sons, Inc, 1996. Baridwan Zaki, Dr., Msc., Ak, Sistem Informasi Akuntansi, edisi 2, Yogyakarta: BPFE, 1994.
- 23)Zaki Baridwan. Intermediate Accounting. Edisi 7. Cetakan 1.Yogyakarta: BPFE, 1992.



Struktur Organisasi PT KUALA PANGAN  
 Sumber : PT KUALA PANGAN, Tahun 2000

PT KUALA PANGAN  
NERACA  
PER 31 DESEMBER 1999

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN MODAL	
<b>AKTIVA LANCAR</b>		<b>KEWAJIBAN LANCAR</b>	
KAS	9,875,620	HUTANG DAGANG	459,267,485
BANK	670,361,605	HUTANG PAJAK	133,560,662
PIUTANG DAGANG	225,246,071	HUTANG LAIN-LAIN	<u>278,225,250</u>
PERSEDIAAN BAHAN BAKU	719,534,970	JUMLAH KEWAJIBAN LANCAR	871,053,397
PERSEDIAAN BAHAN PEMBANTU	1,210,588,957		
PERSEDIAAN BARANG JADI	<u>419,250,000</u>		
JUMLAH AKTIVA LANCAR	3,254,857,223		
<b>AKTIVA TETAP</b>		<b>MODAL</b>	
TANAH	170,408,915	MODAL SAHAM	2,250,000,000
BANGUNAN PABRIK	95,673,950	LABA (RUGI) DITAHAN	1,711,187,070
BANGUNAN KANTOR	65,190,000	LABA (RUGI) BERJALAN	<u>556,154,939</u>
BANGUNAN MENARA AIR	30,000,000	JUMLAH MODAL	4,517,342,009
POMPA AIR	1,373,500		
MESIN-MESIN PABRIK	2,385,466,043		
INVENTARIS KANTOR	90,310,620		
KENDARAAN	242,431,121		
PERALATAN PABRIK	111,971,599		
INVENTARIS PABRIK	<u>40,166,399</u>		
N.P. AKTIVA TETAP	2,986,918,262		
AKUMULASI PENYUSUTAN A.T.	<u>(1,517,570,326)</u>		
NILAI BUKU AKTIVA TETAP	1,469,347,956		
<b>AKTIVA LAIN-LAIN</b>			
BANGUNAN DALAM PENYELESAIAN	493,781,312		
<b>AKTIVA LAIN-LAIN</b>			
BANK			
JUMLAH AKTIVA	<u>5,388,395,406</u>	JUMLAH KEWAJIBAN DAN MODAL	<u>5,388,395,406</u>

Sumber : PT. Kuala Pangan

Sumber : PT. Kuala Pangan

PT KUALA PANGAN  
NERACA  
PER 31 DESEMBER 2000

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN MODAL	
<u>AKTIVA LANCAR</u>		<u>KEWAJIBAN LANCAR</u>	
KAS	50,875,680	HUTANG DAGANG	333,167,485
BANK	870,361,600	HUTANG PAJAK	100,190,662
PIUTANG DAGANG	329,246,000	HUTANG LAIN-LAIN	<u>211,125,250</u>
PERSEDIAAN BAHAN BAKU	716,534,970	JUMLAH KEWAJIBAN LANCAR	644,483,397
PERSEDIAAN BAHAN PEMBANTU	802,588,957		
PERSEDIAAN BARANG JADI	<u>500,250,075</u>		
JUMLAH AKTIVA LANCAR	3,269,857,282		
<u>AKTIVA TETAP</u>		<u>MODAL</u>	
TANAH	175,408,915	MODAL SAHAM	2,250,000,000
BANGUNAN PABRIK	90,673,950	LABA (RUGI) DITAHAN	1,812,187,070
BANGUNAN KANTOR	75,190,000	LABA (RUGI) BERJALAN	<u>772,724,998</u>
BANGUNAN MENARA AIR	30,000,000	JUMLAH MODAL	4,834,912,068
POMPA AIR	1,373,500		
MESIN-MESIN PABRIK	2,305,466,043		
INVENTARIS KANTOR	82,319,620		
KENDARAAN	222,431,121		
PERALATAN PABRIK	105,971,599		
INVENTARIS PABRIK	45,166,399		
N.P. AKTIVA TETAP	<u>2,867,918,282</u>		
AKUMULASI PENYUSUTAN A.T.	<u>(1,527,570,326)</u>		
NILAI BUKU AKTIVA TETAP	1,340,347,956		
<u>AKTIVA LAIN-LAIN</u>			
BANGUNAN DALAM PENYELESAIAN	693,781,312		
JUMLAH AKTIVA	<u>5,479,395,465</u>	JUMLAH KEWAJIBAN DAN MODAL	<u>5,479,395,465</u>

Sumber: PT. Kuala Pangan

LAPORAN LABA RUGI  
PT. KUALA PANGAN  
TAHUN 1999 - 2000

URAIAN	1999	2000
Penjualan Tunai	150,221,350	225,246,071
Penjualan Kredit	1,950,158,730	2,514,318,855
Total Penjualan	2,100,380,080	2,739,564,926
Harga Pokok Penjualan	1,121,575,000	1,435,158,970
Laba Kotor	978,805,080	1,304,405,956
Biaya Penjualan	80,351,487	100,314,250
Biaya Umum dan Administrasi	342,298,654	431,366,708
Biaya Operasi	422,650,141	531,680,958
Laba Operasi	558,154,939	772,724,998

Sumber : PT. Kuala Pangan



**PT. „kuala pangan“**

**INDUSTRI MIE & BIHUN**

Jl. Depan Terminal No. 23-25 Citeureup 16810  
Tel. (021) 875.2467 (5 lines), Fax. (021) 875.3636, 875.1013  
E-mail : kupang@indo.net.id  
BOGOR

**SURAT PERNYATAAN SURVEI**

Nomor: 053/SDM/2000

Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DITER

Jabatan : Manajer Accounting

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Sianne Lima Saputra  
Tempat & Tanggal Lahir : Purwokerto, 5 Oktober 1976  
No. Mahasiswa : 022195090/41043403950426  
Jurusan : Akuntansi  
Alamat : Jl. Belimbing III/210 Depok 1 Bogor

Adalah benar Mahasiswa UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR yang telah melakukan Survei mulai tanggal 17 Juli 2000 s/d 22 Juli 2000 pada perusahaan kami untuk keperluan penulisan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Strata I.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk pihak yang berkepentingan.

Bogor, 22 Juli 2000

**DITER**

Manajer Accounting