

PENGELOLAAN PIUTANG DALAM USAHA
UNTUK EFISIENSI MODAL KERJA
PADA UD. SAYU WIWIT
DI BANYUWANGI

S K R I P S I



Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Administrasi
Program Studi Ekstensi Ilmu Administrasi Niaga
Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Asal	Hasbiah	Kelas
Terima Tel:	7 OCT 2002	658.15
No Induk:	SRS	TRI
		P

Oleh :

Tri Setianingsih

NIM. 200-2315

Pembimbing I

Drs. Rahmat Murjana, MM

NIP. 130 523 059

Pembimbing II

Drs. Suhartono, MP

NIP. 131 782 167

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

2002

PENGESAHAN

Diterima Dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Guna
Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ekstensi Ilmi Administrasi Niaga
Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 16 Juli 2002

Panitia Penguji

Ketua

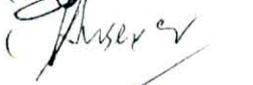
(Drs. Sutrisno, MSi)

Sekretaris

(Drs. Rahmat Murjana S, MM)

Anggota Penguji

- 1.Drs. Suhartono, MP
- 2.Drs. Sugeng Iswono, MA

()
()

Mengetahui

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
DEKAN




Dr. H. Moch. Toerki
054 524 832

MOTTO

- Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum kalau kaum itu sendiri tidak berusaha untuk merubahnya sendiri.

(Surat Al- Maidah : 37)

- Betapapun kamu sangat menginginkan sesuatu tetap hatimu harus kamu persiapkan untuk menghadapi kenyataan yang tidak sesuai dengan harapanmu, karena mungkin itulah yang terbaik bagimu.

(Hendnie)

PERSEMBAHAN

- ♥ Ayahanda sekaligus pendidik dan pembimbing yang sangat kuhormati dan kucintai "Drs. Madusi".
Kupersembahkan sebagai tanda cinta dan baktiku pada beliau yang telah bersusah payah berjuang, berkorban dan berdo'a untuk kebahagiaan putra-putrinya.
- ♥ Ibunda "Kiswati", sebagai rasa terima kasih dan baktiku, karena telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan ketulusan, pengorbanan dan kasih sayang serta yang tak pernah berhenti berdo'a demi keberhasilanku.
- ♥ Saudara-saudaraku (mas Eko, dik Tiwi dan dik Yanti) Jalinan bathin yang takkan pernah putus memberikan motivasi, do'a dan kesabaran yang besar pada penulis.
- ♥ Mas Hendri Nur Eko Yulianto, SH; terima kasih atas semua cinta, perhatian, do'a dan motivasinya. Kita bersama-sama kan raih asa-asa dan menjemput impian itu. Semoga.....

KATA PENGANTAR

Dengan penuh kerendahan hati, penulis panjatkan rasa syukur Alhamdulillah, karena berkat rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengelolaan piutang dalam usaha untuk efisiensi modal kerja pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi.”

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapat gelar sarjana (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Progran Studi Ekstensi Ilmu Administrasi Niaga pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak lain, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Moch Toerki, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Bapak Drs. Mud'har Syarifuddin, MSi, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Dosen Wali penulis.
3. Bapak Drs. Rahmat Murjana S, MM, selaku Ketua Program Studi Ekstensi Administrasi Niaga sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan saran dalam pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Suhartono, MP, selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, arahan dan bimbingan yang berguna sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Soedjojo Dulhadji, selaku pimpinan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi yang bersedia meluangkan waktu dalam memberikan data, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dengan rendah hati penulis

mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Jember, Juli 2002

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian	6
1.4 Konsepsi Dasar	6
1.4.1 Penjualan	7
1.4.2 Piutang	8
1.4.3 Modal Kerja	23
1.5 Operasionalisasi Konsep	31
1.7 Metode Penelitian	33
1.7.1 Tahap Pengumpulan Data	34
1.7.2 Tahap Pengolahan Data	34
1.7.3 Tahap Analisis Data	34
1.7.4 Tahap Kesimpulan	36
II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	37
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	37
2.3 Aktivitas Perusahaan	40
2.3.1 Personalia	40
2.3.2 Produksi dan Hasil Produksi	42

2.4 Pemasaran	
2.4.1 Saluran Distribusi	47
2.4.2 Daerah Pemasaran.....	47
2.4.3 Sales Promotion dan Pesaing Perusahaan	47
2.5 Pengelolaan Piutang	48
2.6 Laporan Keuangan.....	49
III. PEMBAHASAN	
3.1 Analisa Hasil Penelitian	50
3.1.1 Analisis Perputaran Piutang	50
3.1.2 Analisis Terhadap Debitur.....	55
3.1.3 Analisis Terhadap Kenaikan Penjualan Dan Kenaikan Piutang	57
3.1.4 Meningkatnya Volume Penjualan	59
3.1.5 Akibat Kebijakan Piutang	60
3.1.6 Analisis Perputaran Modal Kerja	64
3.2 Pembahasan Masalah	66
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan	71
4.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel :	Hal.
1. Daftar Umur Pengumpulan Piutang Tahun 1999	3
2. Daftar Umur Pengumpulan Piutang tahun 2000.....	4
3. Daftar Umur Pengumpulan Piutang Tahun 2001	4
4. Jumlah Penjualan Pada Periode Tahun 1999 – 2001	5
5. Jumlah Kenaikan Modal Kerja Tahun 1999.....	27
6. Jumlah Kenaikan Modal Kerja Tahun 2000.....	28
7. Jumlah Kenaikan Modal Kerja Tahun 2001.....	28
8. Perbandingan Receivable Turnover yang Seharusnya dengan Kenyataan	30
9. Umur Rata-rata Piutang	30
10. Jumlah Tenaga Kerja	41
11. Jumlah Mesin Dan Peralatan	43
12. Daftar Jenis Dan Harga produk.....	46
13. Perputaran Piutang Tahun 1999 - 2001	52
14. Perbandingan Perputaran Piutang Yang Seharusnya Dengan Kenyataan	53
15. Umur Rata-rata Piutang Tahun 1999 - 2001.....	54
16. Keterlambatan Dalam Pengumpulan Piutang.....	54
17. Prosentase Penerimaan Piutang	55
18. Perbandingan Kenaikan Penjualan	57
19. Perbandingan Kenaikan Piutang.....	58
20. Perbandingan Selisih Penjualan Dengan piutang	58
21. Perbandingan Penjualan Kredit Dengan Piutang.....	59
22. Perbandingan Hutang Jangka Panjang Dengan Aktiva	61
23. Profit Margin.....	64
24. Perputaran Modal Kerja.....	65
25. Daftar Penagihan Piutang tahun 1999	66
26. Daftar Penagihan Piutang Tahun 2000	67
27. Daftar Penagihan Piutang Tahun 2001	67
28. Matrik Perbandingan Prosedur Managemen Piutang	68



I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan di bidang industri, dewasa ini semakin tumbuh dengan pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri disegala sektor. Semakin banyaknya perusahaan yang ada, menyebabkan persaingan semakin ketat, dalam kondisi yang demikian, maka hanya perusahaan-perusahaan yang mempunyai keunggulan saja yang mampu bersaing dan tetap bertahan.

Pada dasarnya setiap perusahaan yang didirikan selalu diarahkan untuk mencapai sesuatu tujuan. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal agar dapat menunjang kegiatan operasional perusahaan baik dimasa sekarang maupun dimasa akan datang. Ada dua faktor penting yang mempengaruhi besarnya keuntungan diantaranya adalah penerimaan penjualan dan biaya yang harus dikeluarkan. (Syafudin, dalam Murtadho, 2000 :1). Oleh karena itu perusahaan perlu untuk mengendalikan faktor-faktor tersebut agar diperoleh hasil yang maksimal, dengan demikian perusahaan harus senantiasa mengadakan evaluasi setiap periodenya terhadap hasil penjualan yang sudah dicapai, dari hasil penjualan tersebut baik tunai ataupun kredit. Sampai sejauhmana pula perusahaan dapat mempertahankan aktivitas produksinya dengan jalan selalu menjaga terpenuhinya modal kerja untuk aktivitas produksinya. Disamping itu pula perusahaan perlu menetapkan kebijaksanaan bagi aktivitasnya yang diharapkan berguna untuk mengendalikan faktor-faktor tersebut. Kebijaksanaan tersebut diantaranya adalah kebijaksanaan investasi, kebijaksanaan sumber dana, kebijaksanaan penjualan dan kebijaksanaan deviden. (Indriyo, 1984 :8). Kebijaksanaan yang diterapkan dalam perusahaan salah satunya adalah kebijaksanaan dalam bidang penjualan, terutama kebijaksanaan penjualan kredit. Begitu pula pada UD. Sayu Wiwit yang bergerak pada industri pembuatan batik tulis, batik cap dan batik printing (cetak). Produk yang dihasilkan adalah batik khas Banyuwangi yaitu Batik

Gajah Oling. Perusahaan ini juga menerapkan kebijaksanaan penjualan kredit. Kebijaksanaan penjualan kredit ini dimaksudkan untuk meningkatkan hasil penjualan. Dengan terjualnya produk dalam jumlah yang lebih besar maka diharapkan akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Menurut Husnan (1991:36) pengertian kebijaksanaan kredit adalah, "Kebijaksanaan yang ditentukan oleh perusahaan untuk menentukan besar kecilnya piutang yang dimiliki oleh perusahaan." Peningkatan biaya-biaya yang disebabkan peningkatan investasi dalam piutang sebagai pengaruh dari kebijaksanaan kredit yang ditetapkan akan berakibat pada perolehan keuntungan. Kebijaksanaan penjualan kredit akan menyebabkan bertambah dan berkurangnya piutang dagang yang akan mengakibatkan pada bertambah dan berkurangnya keuntungan dan modal kerja. Oleh karena itu perlu diperhatikan pula kebijaksanaan pengumpulan piutangnya.

Kebijaksanaan penjualan kredit mempunyai konskuensi hasil penjualan produk tersebut bukan dalam bentuk tunai (kas), akan tetapi dalam bentuk piutang dagang. Dengan timbulnya piutang dagang ini, maka hasil penjualan tidak akan dapat digunakan langsung, untuk membiayai operasi perusahaan. Piutang dagang akan berupa uang tunai apabila sudah jatuh tempo. Dengan penerapan kebijaksanaan penjualan kredit ini, UD. Sayu Wiwit akan menanggung biaya yang lebih besar pula, jika dibandingkan dengan kebijaksanaan penjualan tunai. Sedangkan dana yang diinvestasikan dalam bentuk piutang akan menjadi lebih besar. Selain itu UD. Sayu Wiwit juga harus memperhatikan *Receivable Turnover* yaitu kecepatan berputarnya dana yang tertanam dalam piutang selama periode tertentu. (Widjaja, 1996:19). Semakin cepat perputaran dana tersebut maka semakin baik kebijaksanaan tersebut, karena perusahaan tidak menanggung biaya modal yang cukup besar akibat dari dana yang tertanam dalam piutang.

Pengelolaan piutang erat hubungannya dengan pengendalian piutang akibat adanya penjualan kredit tersebut. Kebijaksanaan penjualan kredit yang tepat, tentunya dapat mengendalikan piutang. Kebijaksanaan penjualan kredit yang tepat yang dimaksud adalah kebijaksanaan yang mempertimbangkan

faktor-faktor antara lain : (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 hutangnya, (3) Potongan harga yang diberikan kepada para langganan. Sehingga perputaran modal kerja dapat lebih cepat dan modal kerja yang ditanamkan dalam piutang dapat diperkecil. Perusahaan dapat mengelola modal kerjanya dengan lebih baik sehingga tidak akan terjadi kekurangan modal kerja dalam menjalankan aktivitas perusahaan dan pada akhirnya pencapaian tujuan perusahaan akan cepat dapat terwujud.

Berdasarkan penelitian awal diketahui bahwa jumlah piutang dagang pada UD. Sayu Wiwit pada tahun 2001 dan jumlah penjualan selama tahun 1999 – 2001 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Umur Piutang UD. Sayu Wiwit Pada Tahun 1999 (dalam rupiah)

No	Debitur	Jumlah	Belum Jatuh Tempo	Sudah Jatuh Tempo		
				30 Hari	60 Hari	90 Hari
1	Pemda	24.500.000	10.000.000	6.500.000	5.000.000	3.000.000
2	SMP	22.800.000	7.500.000	6.000.000	4.300.000	5.000.000
3	SD	20.900.000	6.000.000	5.000.000	4.500.000	5.400.000
4	TK	20.750.000	3.500.000	6.250.000	5.000.000	6.000.000
5	Lain-lain	37.900.000	10.000.000	8.500.000	6.800.000	12.600.000
	Jumlah	126.850.000	37.000.000	32.250.000	25.600.000	32.000.000

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Tabel 2. Daftar Umur Piutang UD. Sayu-Wiwit Pada Tahun 2000 (dalam rupiah)

No	Debitur	Jumlah	Belum Jatuh Tempo	Sudah Jatuh Tempo		
				30 Hari	60 Hari	90 Hari
1	Pemda	75.600.000	30.000.000	8.000.000	10.600.000	27.000.000
2	SMP	39.855.300	17.500.000	3.700.000	7.600.000	11.055.300
3	SD	28.450.000	9.450.000	2.000.000	7.500.000	9.500.000
4	TK	15.823.500	4.950.000	2.500.000	4.500.000	3.873.000
5	Lain-lain	68.195.000	33.600.000	4.550.000	5.800.000	24.245.000
Jumlah		227.923.800	95.500.000	20.750.000	36.000.000	75.673.300

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Tabel 3. Daftar Umur Piutang UD. Sayu Wiwit Pada Tahun 2001 (dalam rupiah)

No	Debitur	Jumlah	Belum Jatuh Tempo	Sudah Jatuh Tempo		
				30 Hari	60 Hari	90 Hari
1	Pemda	85.900.000	35.900.000	27.500.000	18.750.000	3.750.000
2	SMP	57.750.200	29.750.000	15.850.000	8.150.200	4.000.000
3	SD	30.463.350	12.450.000	9.200.000	6.500.350	2.313.000
4	TK	19.978.650	8.950.650	4.600.000	3.400.000	3.028.000
5	Lain-lain	110.753.250	40.750.000	38.000.000	23.000.000	9.003.550
Jumlah		304.845.750	127.800.650	95.150.000	59.800.550	22.094.550

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Jumlah penjualan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi dalam tahun 1999 sampai dengan tahun 2001 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah Penjualan UD. Sayu Wiwit Pada Periode Tahun 1999 – 2001 (dalam rupiah).

Tahun	Jumlah	Penjualan Kredit				Penjualan Tunai			
		Jumlah	%	+/-	Ket.	Jumlah	%	+/-	Ket
1999	126.850.000	95.137.500	75%	-	-	31.712.500	25%	-	-
2000	268.145.650	227.923.800	85%	10%	Naik	40.221.850	15%	10%	Turun
2001	338.717.500	304.845.750	90%	5%	Naik	33.871.750	10%	5%	Turun

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Berdasarkan dari uraian dan data yang didapat maka penulis perlu melakukan penelitian tentang pengelolaan piutang yang ada pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang diambil adalah “Bagaimana pengelolaan piutang dalam usaha untuk efisiensi modal kerja pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi ?”

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan penelitian

Penetapan tujuan dalam suatu kegiatan penelitian adalah penting, sebab tujuan memberikan arah bagi kegiatan penelitian itu sendiri. Kejelasan arah bagi penulis dapat memudahkan untuk menggali dan mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan. Pelaksanaan penelitian yang dilaksanakan mempunyai tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Tujuan tersebut adalah :

- Untuk mengetahui pengelolaan piutang yang dilakukan oleh UD. Sayu Wiwit di Banyuwangi.

- b. Untuk mengetahui kenaikan piutang dalam upaya efisiensi modal kerja pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi.

1.3.2 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan khususnya tentang kebijaksanaan piutang.
- b. Diharapkan juga berguna untuk mengembangkan ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu administrasi bisnis dan sebagai bahan tambahan referensi serta kepustakaan bagi pemakainya.

1.4 Konsepsi Dasar

Pelaksanaan suatu kegiatan penelitian yang dimulai dari awal sampai akhir mengikuti kerangka pemikiran yang utuh guna memberikan jawaban atas pertanyaan yang dilontarkan dalam bentuk perumusan masalah. Dalam upaya membahas masalah diperlukan suatu konsep atau pandangan teoritis yang jelas dan benar-benar itu keberadaan teori sangat membantu.

Pengertian teori menurut Singarimbun dan Effendi (1989:37) adalah sebagai berikut, "Teori adalah serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep."

Pendapat diatas mempunyai arti bahwa teori merupakan serangkaian konsep yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang gejala-gejala yang diteliti.

Pengertian konsepsi dasar menurut Supranto (1994:10) adalah sebagai berikut:

"Konsepsi dasar adalah suatu pandangan yang teoritis dari definisi singkat yang mendasari pemikiran kita guna mencapai jalan keluarnya atau suatu pemecahan dari persoalan yang perlu diselidiki. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan pemikiran kita dengan jalan menggabungkan sejumlah peristiwa atau gejala."

Pendapat diatas mempunyai arti bahwa konsepsi dasar sangat penting karena dapat memberikan kerangka berpikir yang kuat sebagai dasar atau sebagai landasan untuk pemecahan masalah.

1.4.1 Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Suatu perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidupnya berusaha dengan jalan mengadakan penjualan produk perusahaan. Menurut Swastha (1981:2) pengertian penjualan adalah sebagai berikut, "Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk menjajah orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan."

Pada umumnya suatu perusahaan mengadakan penjualan dengan dua cara yaitu :

1. Penjualan Tunai
2. Penjualan Kredit

Menurut Abdurachman (1991:85) pengertian dari penjualan tunai adalah, "Suatu penjualan yang pembayarannya harus dilakukan penuh sebelum atau pada waktu penerimaan barang-barang."

Sedangkan penjualan kredit menurut Riyanto (1996:85) adalah sebagai berikut,

" Penjualan yang tidak segera menghasilkan penerimaan kas tapi memberikan piutang langganan dan barulah kemudian pada hari jatuh temponya terjadi aliran masuk (cash inflow) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut."

Adanya penjualan kredit maka perusahaan tidak menerima hasil atau penjualan produknya secara tunai tapi akan muncul piutang dagang. Sebab uang hasil penjualan tersebut baru diterima kemudian sesuai dengan batas waktu yang telah ditetapkan perusahaan. Sehingga semakin besar volume penjualan kredit yang dicapai maka makin besar pula modal dalam piutang dagang perusahaan. Berarti makin besar pula investasi dalam piutang.

b. Syarat pembayaran

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 dalam b hari dan rekening harus lunas dalam c hari. Misalnya kredit perdagangan bersyarat 2/10 net 30, berarti diskonto 2 persen diberikan untuk pembayaran dalam jangka 10 hari, kalau tidak, pembayaran harus dilakukan dalam 30 hari. (Martin, Arthur dan Scott; 1998:107).

Semakin lunak kredit yang diberikan oleh perusahaan kepada pembeli akan mengakibatkan semakin besarnya jumlah modal kerja yang harus diinvestasikan dalam sektor piutang. Perusahaan sebaiknya memberikan potongan tunai kepada para pembeli, hal ini dilakukan untuk memperkecil jumlah modal kerja yang harus diinvestasikan dalam piutang dan untuk memperkecil resiko adanya piutang yang tidak dapat ditagih, karena dengan demikian para pembeli akan tertarik untuk segera membayar hutangnya dalam periode diskonto tersebut.

1.4.2 Piutang

Menurut Munandar (1983:71) dalam bukunya "Pokok-pokok Akuntansi Intermediate" mengemukakan pengertian tentang piutang sebagai berikut, "Piutang adalah tagihan perusahaan pada pihak lain yang nantinya dimintakan pembayarannya jika sudah sampai waktunya."

Masalah piutang menjadi penting manakala harus menentukan berapa jumlah piutang yang optimal. Disamping itu piutang harus dikelola dengan efisien yang menyangkut tentang laba yang diperoleh dengan perubahan kebijaksanaan penjualan dengan beban yang timbul karena adanya piutang.

Besar kecilnya piutang yang tampak dalam laporan keuangan dapat dijadikan sebagai dasar untuk menilai efisiensi pengelolaannya. Jumlah piutang yang terlalu besar sebagai akibat kebijaksanaan yang terlalu longgar, terutama dalam menentukan kredit akan memperlambat perputaran modal kerja.

Sebaliknya jika terlalu ketat kemungkinan penjualan akan turun, sehingga keuntungan yang akan diperoleh akan turun. Oleh karena itu manajemen piutang merupakan faktor yang harus diperhatikan.

a. Macam-macam piutang

Menurut Zaki Baridwan (1992:124) dalam bukunya "*Intermediate Accounting*" menjelaskan sebagai berikut, "Piutang dagang, piutang bukan dagang dan piutang penghasilan." Piutang dagang adalah piutang yang timbul dari penjualan barang-barang atau juga yang dihasilkan oleh perusahaan. Piutang bukan dagang adalah piutang yang timbul bukan karena penjualan barang atau jasa, seperti persekot kontrak pembeli, klaim terhadap perusahaan pengangkutan untuk barang-barang yang rusak atau hilang dan sebagainya, sedangkan piutang penghasilan adalah piutang yang terjadi karena pengakuan terhadap penghasilan yang akan diterima. Penghasilan lain ini diperoleh atas dasar waktu sehingga pada saat akhir periode penghitungan berapa jumlah uang sudah menjadi pendapatan dan jumlah tersebut dicatat sebagai piutang penghasilan.

Klasifikasi lain yang berurutan dengan urutan waktu dapat dibedakan menjadi piutang jangka pendek dan piutang jangka panjang atau piutang lancar dan piutang tidak lancar. Suatu piutang dikatakan lancar manakala umur piutang tersebut sesuai siklus operasi normal perusahaan, dan bilamana piutang yang bersangkutan berasal dari luar penjualan persediaan, maka klasifikasi lancar disini dihubungkan dengan masa suatu tahun. (Kusnadi dkk ; 2000 :102).

Untuk membatasi scope pembahasan, maka yang dimaksud dengan piutang dalam pembahasan ini adalah piutang dagang yang mempunyai pengertian piutang yang timbul dari penjualan barang-barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan secara kredit.

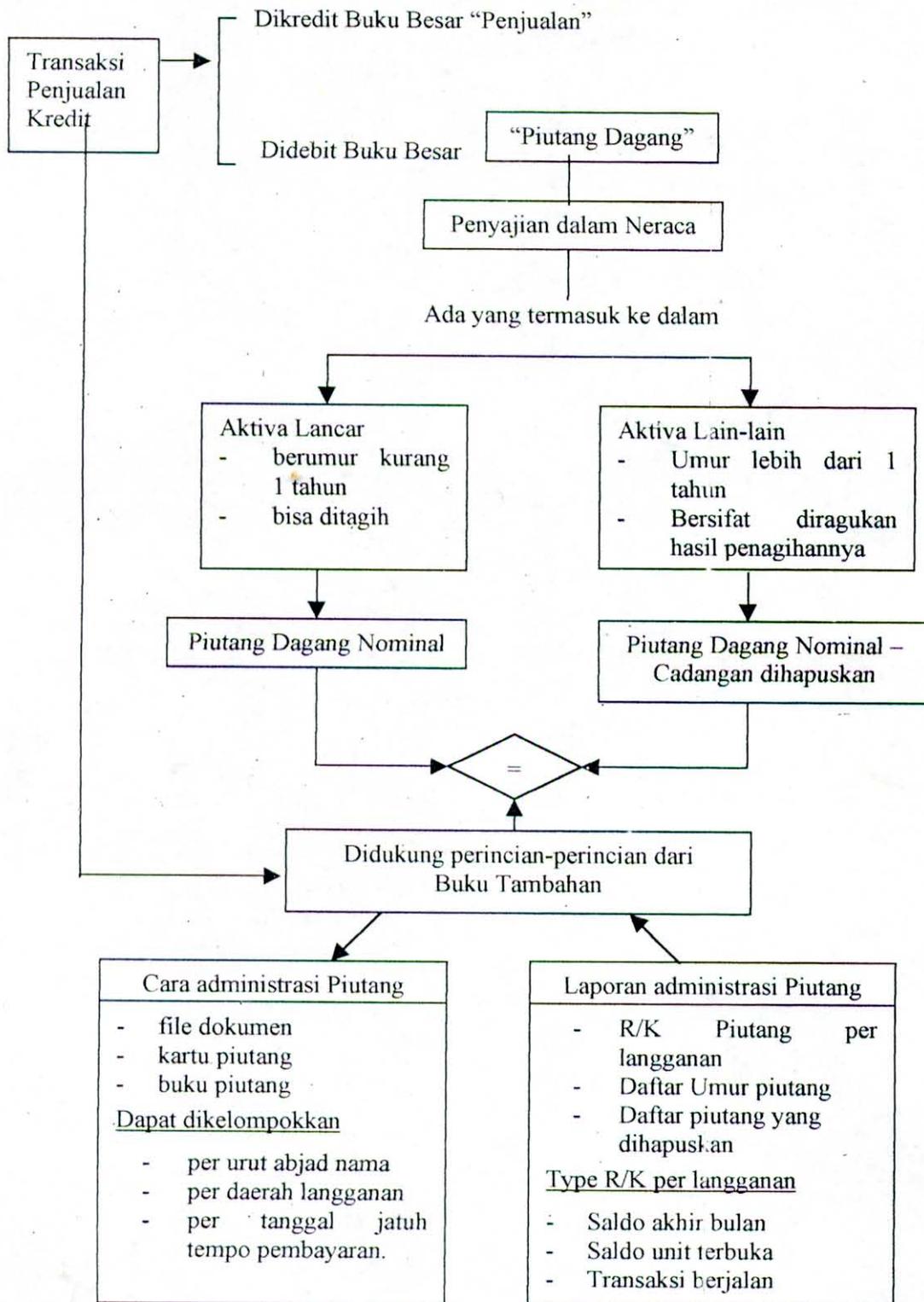
b. Administrasi piutang dagang

Piutang dagang merupakan hak tagihan yang timbul dari transaksi operasional penjualan barang-barang atau jasa. Piutang dagang merupakan komponen yang besar di dalam kelompok aktiva lancar, terutama untuk

perusahaan industri dan dagang. Sebagai salah satu dari sekelompok komponen yang ada di dalam aktiva lancar piutang dagang memiliki tingkat kecairan nomer dua setelah kas / bank.

Adapun tujuan dari administrasi piutang adalah memberikan informasi yang dapat dipakai untuk mengendalikan dan mengambil keputusan dalam bidang kredit atau piutang. Pada tahap pertama dan ini adalah yang paling penting adalah mengirimkan faktur kredit secepat mungkin kepada pelanggan, karena sebenarnya baru dengan pengiriman inilah piutang timbul.

Adapun skema administrasi piutang dagang dapat dilihat dibawah ini :



Sumber : Samsul, Sistem Akuntansi Akuntansi 1987

c. Manajemen piutang

Masalah piutang itu menjadi penting manakala harus menentukan berapa jumlah piutang yang optimal. Selain itu piutang juga harus dikelola dengan efisien yang menyangkut tentang laba atau tambahan laba yang diperoleh dengan perubahan kebijaksanaan penjualan dengan beban yang timbul karena adanya piutang.

Seperti halnya investasi pada aktiva yang lain, penentuan kebijaksanaan kredit yang optimal memerlukan penghitungan yang cermat yang menyangkut tambahan biaya dan tambahan laba pada berbagai kebijaksanaan kredit. Selain itu tujuan manajemen piutang juga harus konsisten dengan tujuan investasi aktiva yang lain, yaitu memaksimalkan keuntungan. Perusahaan dapat meningkatkan investasi piutang sepanjang tambahan keuntungan yang diperoleh dari kebijaksanaan piutang tersebut masih lebih besar daripada tambahan biaya investasi piutang. Manajer keuangan harus mempertimbangkan beberapa variabel penting yang berkaitan dengan piutang untuk menentukan kebijaksanaan kredit yang optimal.

Menurut Husnan (1991:35) dalam bukunya Manajemen Keuangan mengatakan bahwa, "Aspek-aspek penting yang perlu diperhatikan dalam manajemen piutang adalah kebijaksanaan kredit yang menyangkut standart dan analisa kredit dan evaluasi terhadap para langganan." Sebenarnya kedua aspek tersebut berkaitan secara erat. Kebijaksanaan kredit menyangkut "tradeoff" antara laba yang diperoleh dari penjualan yang menimbulkan piutang disatu pihak dan biaya yang harus ditanggung karena memiliki piutang tersebut plus piutang yang tidak bisa terkumpul. Analisa kredit terhadap para langganan menentukan tingkat resiko yang bersedia ditanggung oleh perusahaan. Sebaliknya tingkat resiko ini menentukan kecepatan piutang berputar, besarnya investasi pada piutang dan jumlah piutang yang tidak ada bisa terkumpul, dengan demikian analisa kredit terhadap para langganan ini mempengaruhi pula kebijaksanaan kredit yang akan diambil oleh perusahaan.

1) Kebijakan kredit dan pengumpulan piutang

Besar kecilnya piutang yang dimiliki oleh perusahaan disamping dipengaruhi oleh kondisi perekonomian pada umumnya, juga dipengaruhi oleh kebijaksanaan perkreditan yang ditentukan oleh perusahaan. Sementara kondisi perekonomian pada umumnya tidak bisa dipengaruhi oleh manajer keuangan, kebijaksanaan perkreditan jelas bisa ditentukan oleh perusahaan.

Keberhasilan / kegagalan suatu perusahaan sangat tergantung pada permintaan terhadap produk perusahaan tersebut. Semakin tinggi penjualan semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh. Penjualan perusahaan tergantung ada banyak faktor sebagian dapat dikontrol sebagian lagi tidak. Faktor-faktor yang dapat dikendalikan misalnya harga, kualitas produk, periklanan dan kebijaksanaan kredit.

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

- a. Standar kredit, atau kualitas langganan yang akan diperkenankan memperoleh kredit.
- b. Periode kredit, yaitu berapa lama seorang langganan yang membeli secara kredit harus sudah membayar hutangnya.
- c. Cara menagih piutang yang sudah jatuh tempo.
- d. Potongan atau diskon yang diberikan kepada para langganan.

2) Evaluasi terhadap para langganan

Setelah menentukan kebijaksanaan kredit untuk perusahaan, selanjutnya adalah menilai para (calon) pembeli yang ingin membeli kredit. Untuk itu evaluasi terhadap para calon pembeli tersebut jelas merupakan kegiatan yang sangat penting. Apabila kita bisa menentukan dengan tepat pembeli mana yang akan diberi kredit, dan mana yang sebaiknya ditolak, maka perusahaan bisa meminimumkan piutang yang tidak terbayar.

Langkah-langkah yang perlu diambil dalam evaluasi terhadap para langganan adalah :

- a. Mengumpulkan informasi lebih dulu terhadap calon pembeli.

- b. Menganalisa calon pembeli tersebut berdasar atas informasi yang bisa diperoleh.
- c. Membuat keputusan tentang kebijaksanaan kredit.

Kegiatan penjualan yang semakin meningkat diharapkan laba juga akan meningkat. Sayangnya, memiliki piutang juga menimbulkan berbagai biaya bagi perusahaan, untuk itu perusahaan perlu melakukan analisis ekonomi tentang piutang. Dimaksudkan dengan analisis ekonomi adalah analisis yang bertujuan untuk menilai apakah manfaat memiliki piutang lebih besar atau lebih kecil dari biayanya. Apabila diperkirakan bahwa manfaatnya lebih besar, maka secara ekonomi pemilikan piutang (penjualan kredit) tersebut dibenarkan. Analisis tersebut merupakan bagian dari pengelolaan piutang.

Masalah lain adalah pengendalian piutang, untuk mengendalikan piutang, perusahaan perlu menetapkan kebijaksanaan kreditnya. Kebijakan ini kemudian berfungsi sebagai standar apabila kemudian dalam pelaksanaannya penjualan kredit dan pengumpulan piutang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, maka perusahaan perlu melakukan perbaikan.

Perusahaan yang menjual produknya dengan kredit, harus berusaha agar investasi dalam piutang dapat dikelola dengan baik. Pengelolaan piutang yang baik memungkinkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Besarnya investasi pada piutang dagang tergantung pada sejumlah faktor. Menurut Indriyo (1984:43) hal-hal yang mendorong dilakukannya investasi dalam piutang adalah sebagai berikut :

1. Kenaikan hasil penjualan

Perusahaan yang melaksanakan kebijaksanaan penjualan produk dengan cara kredit akan mampu menjual produknya lebih banyak daripada perusahaan yang hanya menjual produknya dengan cara tunai. Biaya yang harus dipikul perusahaan akan naik sebagian dananya terikat dalam piutang.

2. Kenaikan Laba

Investasi dalam piutang diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Penjualan yang lebih tinggi diharapkan dapat memberikan laba yang lebih besar bagi perusahaan. Ini akan terjadi bila kontribusi margin atau laba kotor masih lebih besar daripada biaya-biaya sebagai akibat daripada kebijaksanaan kredit yang dilaksanakan oleh perusahaan.

3. Memenangkan persaingan.

Dalam dunia bisnis saat ini maka hampir setiap perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit. Oleh karena itu untuk menjaga posisi perusahaan didalam persaingan maka haruslah dilakukan politik penjualan tersebut, apabila tidak ingin merosot dalam posisi persaingan dipasar. Politik penjualan kredit yang agresif akan merangsang minat calon konsumen untuk membeli barang. hal ini dikarenakan calon konsumen akan dimungkinkan untuk memahami dan menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli. Sehingga pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan membayarnya nanti dikemudian hari.

Penjualan secara kredit konsekuensinya bagi perusahaan harus menyediakan dana untuk diinvestasikan dalam piutang. Besarnya investasi dalam piutang dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Riyanto (1996:85) dalam bukunya "Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan" faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah sebagai berikut :

a. Volume penjualan kredit

Semakin meningkatnya proporsi penjualan secara kredit secara keseluruhan mengakibatkan semakin bertambahnya jumlah investasi dalam piutang. Dengan semakin meningkatnya volume penjualan secara kredit setiap tahunnya berarti perusahaan harus menyediakan investasi lebih besar dalam piutang.

b. Syarat pembayaran penjualan kredit

Syarat penjualan kredit bisa bersifat lunak atau ketat. Perubahan yang menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran yang terlambat. Syarat pembayaran kredit biasanya dinyatakan dengan term tertentu, misalnya 2/10 net 30.

c. Ketentuan tentang pembatasan kredit

Dalam penjualan yang diberikan kepada langganan secara kredit dapat menetapkan batas maksimal. Makin tinggi plafon yang ditetapkan masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula mengenai ketentuan siapa yang dapat diberi kredit, akan mempunyai pengaruh jumlah investasi dalam piutang.

d. Kebijakan dalam mengumpulkan piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan pengumpulan piutang secara aktif dan pasif. Kebijakan pengumpulan piutang yang aktif akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang, dibandingkan dengan kebijakan

pengumpulan piutang yang pasif. Perusahaan yang disebut dahulu kemungkinan mempunyai investasi piutang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang disebut kemudian.

e. Kebiasaan membayar dari para langganan

Ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapat *cash discount* dan ada sebagian lain tidak menggunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara membayar ini tergantung pada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran 2/10 net 30, para langganan dihadapkan kepada dua alternatif, yaitu mereka akan membayar pada hari ke 10 atau hari ke 30 sesudah barang diterima. Pada umumnya para langganan lebih menyukai pembayaran pada hari ke 10 karena mendapat *cash discount*. Kebiasaan para langganan untuk membayar dalam *cash discount* periode atau sesudahnya mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang.

Berdasarkan uraian diatas perusahaan yang memberikan kredit harus diteliti dalam arti selektif terhadap debitur kepada kebijaksanaan itu sendiri.

d. Resiko keterlambatan pembayaran piutang

Menurut Nitisemito (1978:10) dalam bukunya "Pembelanaan Perusahaan" resiko keterlambatan pembayaran piutang bagi kreditur antara lain :

- a. Resiko tidak dibayar seluruh piutang
Resiko tidak dibayarnya semua piutang berarti perusahaan menanggung resiko kerugian sebesar piutang tersebut. Resiko ini dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian dalam menjalankan usaha kredit, maka dapat berakibat pula perusahaan mengalami kerugian dalam menjalankan usahanya.
- b. Resiko tidak dibayar sebagian piutang
Resiko tidak dibayarnya sebagian piutang oleh langganan maka perusahaan menanggung kerugian sebesar piutang yang tidak dilunasi tersebut. Resiko ini bila tidak cepat ditangani akan menimbulkan kegagalan perusahaan.
- c. Resiko keterlambatan dalam melunasi piutang
Keterlambatan dalam pengumpulan piutang dari waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Apalagi jika sebageaian modal yang digunakan adalah modal pinjaman atau modal asing.
- d. Resiko tertanamnya modal dalam piutang
Resiko menjalankan kebijaksanaan penjualan kredit, maka dengan sendirinya ada modal yang tertanam dalam piutang sebesar jumlah penjualan kredit. Semakin besar penjualan kredit semakin besar pula

modal yang tertanam dalam piutang. Rendahnya perputaran piutang berakibat pada banyaknya modal yang tertanam dalam piutang, karena itu perusahaan membatasi jumlah piutangnya dan berusaha agar tingkat perputarannya tinggi.

Menurut Munawir (2000:235) dalam bukunya "Analisa Laporan Keuangan" mengatakan, "bahwa untuk menilai resiko kredit, seorang manager harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit tersebut". Pada umumnya sebuah perusahaan mengadakan penilaian resiko kredit adalah dengan memperhatikan lima C yaitu :

a. Character

Mencari data tentang sifat-sifat pribadi, watak dan kejujuran dari pimpinan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya.

b. Capacity

Ini menyangkut kemampuan pimpinan beserta stafnya baik kemampuan dalam kemajuan dalam manajemen maupun keahlian dalam bidang usahanya.

c. Capital

Ini menunjukkan posisi finansial perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh ratio finansialnya dan penekanan pada komposisi "tangible net worth"-nya.

d. Collateral

Dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang dikaitkan atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada langganan tersebut.

e. Conditions

Menunjukkan impact (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan langganan untuk memenuhi kewajibannya.

e. Umur pengumpulan piutang

Umur pengumpulan piutang terkait dengan kredit term atau persyaratan kredit, sedangkan persyaratan kredit menunjukkan kepada termyn pembayaran yang disyaratkan kepada langganan yang membeli secara kredit. Misalnya persyaratan kredit n/30 yang berarti langganan harus membayar pada jangka waktu 30 hari dan apabila lebih dari 30 hari pelanggan tersebut akan terkena peringatan. Dengan demikian termyn 30 hari tersebut merupakan umur pengumpulan piutang.

Menurut Samsul (1987:391) dalam bukunya "Sistem Akuntansi Pendekatan Manajerial" mengatakan bahwa, "Untuk mengetahui umur pengumpulan piutang pada satu perusahaan maka perlu dibuat daftar umur piutang." Daftar umur piutang ini dibuat setiap akhir bulan atau sewaktu-waktu diperlukan pimpinan. Daftar ini dapat dipakai untuk menilai langganan-langganan yang menunggak pembayarannya sekaligus menilai efektifitas kerja bagian penagihan.

Berdasarkan daftar ini pula, piutang dipilah-pilah menjadi piutang yang termasuk aktiva lancar dan piutang yang termasuk aktiva lain-lain. Pada akhir tahun penutupan buku daftar umur piutang sangat berguna untuk menentukan besarnya cadangan piutang tidak tertagih. Adapun bentuk dari daftar umur piutang dan kartu piutang dapat dilihat pada lampiran.

f. Alat pengumpulan piutang

Menurut Syamsudin (1992 : 273) beberapa alat pengumpulan piutang yang biasanya dilakukan oleh perusahaan biasanya dilakukan perusahaan bilamana langganan atau pembeli belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan adalah sebagai berikut :

- a. Melalui surat, bilamana waktu pembayaran hutang dari langganan sudah lewat beberapa hari setelah jatuh tempo maka perusahaan dapat mengirimkan surat dengan nada mengingatkan. Kalau belum juga membayar dapat dikirim surat yang kedua dengan nada yang lebih keras.

- b. Melalui telepon, apabila setelah dikirim surat teguran ternyata utang-utang tersebut ternyata belum dibayar, maka bagian kredit dapat menelepon langgan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayarannya.
- c. Kunjungan personel, sering digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha pengumpulan piutang.
- d. Tindakan yuridis, bilamana ternyata langgan tidak mau membayar utang-utangnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan lewat jalan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

Keempat langkah diatas dalam pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dimulai dari mengingatkan konsumen melalui surat dan telpon serta kunjungan personal hingga melakukan tindakan yuridis bila hal itu perlu untuk dilaksanakan.

g. Prosedur penagihan piutang

Prosedur penagihan piutang dalam hal ini yaitu prosedur penagihan yang dilakukan oleh debitur. Menurut Samsul (1987:397) dalam bukunya "Sistem Akuntansi pendekatan Manajerial" mengatakan bahwa, "Debitur dalam membayar hutangnya dapat melalui beberapa cara yaitu :

1. Membayar langsung yaitu debitur datang sendiri ke perusahaan
2. Membayar lewat bank atau pos wesel
3. Kompensasi hutang / piutang dalam hal ini jika dalam penjualan tersebut terjadi retur
4. Membayar lewat penagih (petugas dari kreditur)

Dari keempat cara tersebut diatas yang paling baik dilakukan adalah yang pertama yaitu debitur datang dan membayar sendiri ke perusahaan, sedangkan yang paling rawan terhadap penyelewengan adalah yang terakhir yaitu debitur membayar lewat penagih.

Beberapa kerawanan yang mungkin terjadi adalah :

1. Hasil penagihan disetorkan ke kasir perusahaan secara terlambat

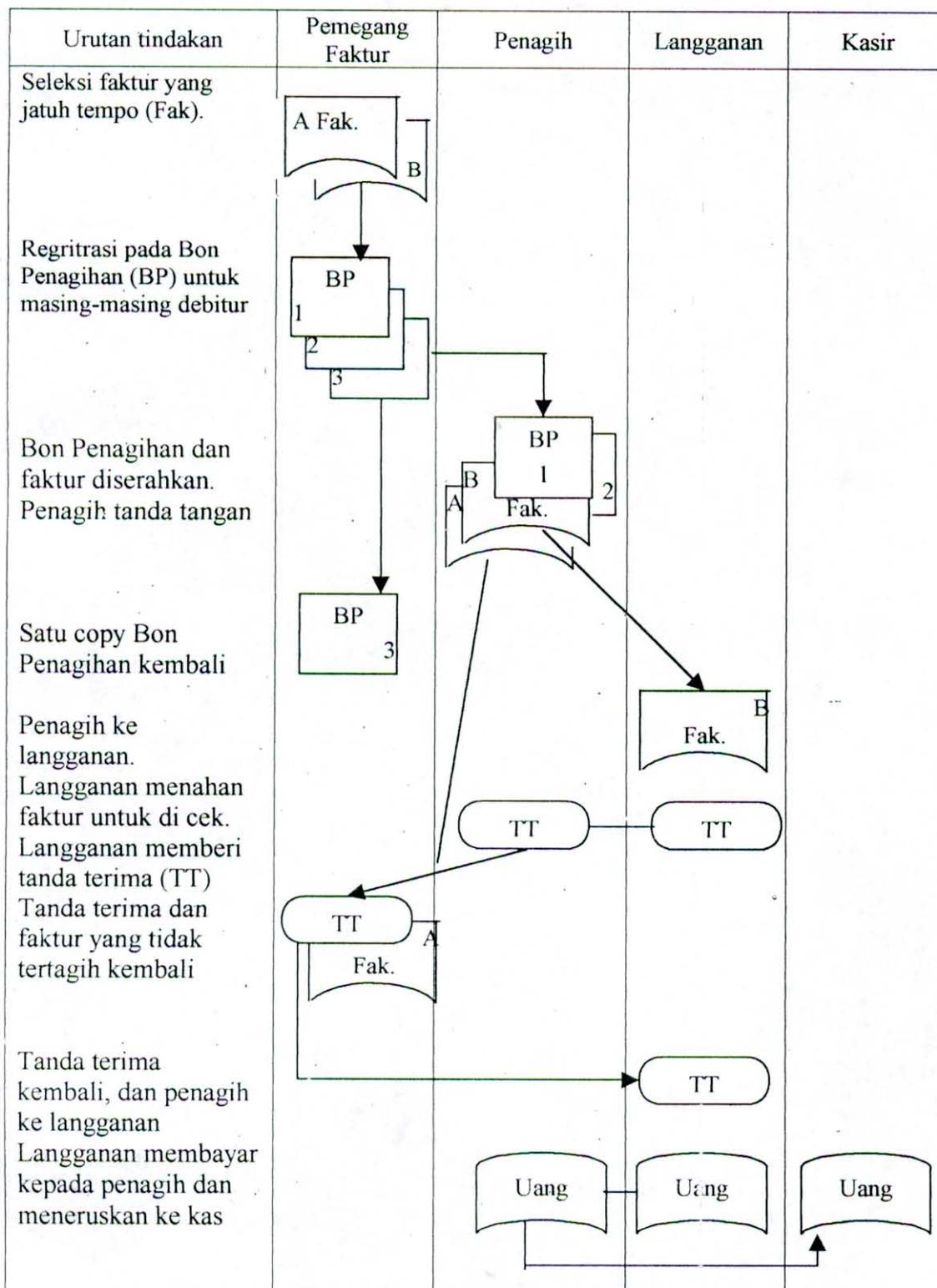
2. Hasil penagihan berupa uang kontan, oleh si penagih diganti dengan cek / giro bilyet bertanggal mundur. Penagih bekerja sama dengan pihak lain yang memerlukan uang kontan dan menggantinya dengan cek / giro bilyet dan potongan kontan diambil oleh si penagih
3. Hasil penagihan disetorkan sebagian
4. Hasil penagihan dibawa lari
5. Debitur keliru membayar kepada orang bukan penagih yang syah.

Menurut Samsul (1987:399) dalam bukunya Sistem Akuntansi Pendekatan Manajerial untuk menghindari kerawanan-kerawanan yang terjadi, prosedur penagihan piutang meliputi 5 langkah-langkah dibawah ini :

1. Menyerahkan faktor-faktor yang sudah hampir jatuh tempo dari pemegang arsip faktur (biasanya merangkap pemegang kartu piutang kepada penagih).
2. Penagih menyerahkan faktur kepada debitur yang bersangkutan, untuk dicek terlebih dahulu sebelum membayar.
3. Penagih kembali kepada debitur pada tanggal yang dijanjikan oleh si debitur bahwasanya akan membayar.
4. Penagih menyetorkan hasil tagihan kepada kasir perusahaan.
5. Mengembalikan faktur yang tidak terbayar kepada pemegang faktur semula.

Adapun flow chart penagihan piutang adalah sebagai berikut :

FLOW CHART PENAGIHAN PIUTANG



Sumber Data : Samsul, Sistem Akuntansi 1987

i. Macam-macam ratio

Menurut Widjaja (1996:19) dalam bukunya Akuntansi Manajemen Untuk Usahawan mengatakan bahwa, "Ratio adalah satu angka yang dinyatakan dalam hubungannya dengan yang lain. Ini didapat dengan membagi satu angka yang menjadi dasar dengan angka yang lain."

Menurut Riyanto (1996:239) beberapa ratio yang penting dalam hubungannya dengan kepentingan analisis kredit di kelompokkan dalam ratio-ratio sebagai berikut :

1. Ratio Likuiditas

Adalah ratio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai operasi dan memenuhi kewajiban finansial pada saat ditagih. Ratio-ratio likuiditas antara lain :

- a. Current Ratio, yaitu ratio antar aktiva lancar dengan hutang lancar.
- b. Quick Ratio, yaitu ratio antar aktiva lancar minus persediaan dengan utang lancar.

2. Ratio Solvabilitas

Adalah ratio yang digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dari hutang, terdiri dari :

- a. Total Debt To Equity ratio yaitu ratio antara total hutang dengan modal sendiri.
- b. Assets To Liabilities yaitu ratio jumlah aktiva dengan jumlah utang.

3. Ratio Profitabilitas

Adalah ratio yang digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, terdiri dari :

- a. Profit Margin yaitu kemampuan untuk memperoleh laba sebelum pajak dari penjualan.
- b. Return On Investment yaitu kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih.
- c. Return On Equity yaitu kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan.

4. Ratio Aktivitas

Adalah ratio yang digunakan untuk mengukur aktivitas perusahaan menggunakan sumber-sumber keuangannya, yang terdiri dari :

- a. Assets Turnover yaitu perputaran dari semua aktiva perusahaan yang dihitung dengan membagi penjualan dengan jumlah aktiva dan untuk mengukur investasi terhadap harta.
- b. Inventory Turnover yaitu untuk mengukur berapa kali perputaran persediaan dalam satu periode, sehingga diketahui apakah perusahaan produktif atau tidak.
- c. Receivable Turnover yaitu periode rata-rata yang diperlukan untuk mengumpulkan piutang, semakin kecil harinya semakin baik.
- d. Working Capital Turnover yaitu ratio penjualan terhadap aktiva lancar dikurangi utang.

Berdasarkan dari penggolongan ratio-ratio diatas maka piutang dagang termasuk dalam ratio aktivitas.

1.4.3 Modal Kerja

a. Pengertian modal kerja

Pada prinsipnya modal kerja menyangkut aktiva lancar dan pasiva lancar. Pengertian finansial modal kerja dan aktiva lancar adalah sama, sedangkan bagi akuntan istilah modal kerja biasanya didenifisikan sebagai harta lancar dikurangi hutang lancar dan ini disebut modal kerja bersih. Mengenai modal kerja atau working capital, Munawir (2000:114) dalam bukunya "Analisa Laporan Keuangan" mengemukakan tiga buah konsep. Mengenai pengertian modal kerja ini dapatlah dikemukakan beberapa konsep yaitu :

1). Konsep Kuantitatif

Konsep ini menitikberatkan kepada kuantum yang diperlukan untuk mencukupi kebutuhan perusahaan dalam membiayai operasinya yang bersifat rutin atau menunjukkan jumlah dana (fund) yang tersedia untuk tujuan operasi jangka pendek. Dalam konsep ini menganggap bahwa modal kerja adalah jumlah aktiva lancar (gross working capital).

2). Konsep Kualitatif

Konsep ini menitikberatkan pada kualitas modal kerja. Dalam konsep ini pengertian modal kerja adalah kelebihan aktiva lancar terhadap hutang jangka pendek (net working capital) yaitu jumlah aktiva lancar yang berasal dari pinjaman jangka panjang maupun dari para pemilik perusahaan.

3). Konsep Fungsional

Konsep ini menitikberatkan pada fungsi dari dana yang dimiliki dalam rangka menghasilkan pendapatan (laba) dari usaha pokok perusahaan.

Berdasarkan konsep kuantitatif, modal kerja merupakan jumlah seluruh current asset perusahaan. Jadi komponen modal kerja adalah setiap aktiva lancar yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan operasi perusahaan sehari-hari dan untuk memenuhi semua kewajiban finansialnya.

Modal kerja merupakan kekayaan atau aktiva yang diperlukan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Aktiva lancar adalah aktiva yang pada umumnya akan menjadi uang kas dalam suatu periode akuntansi atau satu tahun. Aktiva itu menjadi uang kas melewati beberapa tahap. Tahap-tahap itu tercermin dalam pos-pos neraca. Uang kas digunakan untuk membeli bahan baku, untuk membayar upah, biaya-biaya produksi yang lain maupun biaya umum dan administrasi. Setelah bahan dasar itu selesai diproses di dalam proses produksi maka output tersebut disimpan sebagai persediaan barang jadi. Pada saat persediaan barang jadi itu dijual maka timbullah piutang (bila dijual secara kredit) atau langsung menjadi kas (bila dijual secara tunai). Piutang tersebut kemudian akan ditagih atau dikumpulkan oleh perusahaan dan diperoleh kembali kas ke dalam perusahaan.

b. Sumber modal kerja

Kebutuhan modal kerja yang permanen seharusnya dibiayai oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham. Semakin besar jumlah modal kerja yang dibiayai atau yang berasal dari investasi pemilik perusahaan akan semakin baik bagi perusahaan tersebut karena akan semakin besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh kredit dan semakin besar jaminan bagi kreditor jangka pendek.

Menurut Munawir (2000:119) dalam bukunya "Analisa Laporan Keuangan" mengatakan bahwa, pada umumnya sumber modal kerja suatu perusahaan dapat berasal dari :

- 1). Hasil operasi perusahaan
Adalah jumlah net income yang nampak dalam laporan perhitungan rugi laba ditambahkan dengan depresiasi dan amortisasi, jumlah ini menunjukkan jumlah modal kerja yang berasal dari hasil operasi perusahaan.
- 2). Keuntungan dari penjualan surat-surat berharga (investasi jangka pendek)
Penjualan surat berharga menyebabkan terjadinya perubahan dalam unsur modal kerja yaitu dari bentuk surat berharga berubah menjadi uang kas. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan surat berharga ini merupakan suatu sumber untuk bertambahnya modal kerja, sebaliknya apabila dalam penjualan tersebut terjadi kerugian maka akan menyebabkan berkurangnya modal kerja.
- 3). Penjualan aktiva tidak lancar
Sumber lain yang dapat menambah modal kerja adalah penjualan aktiva tetap. Investasi jangka panjang dan aktiva lancar lainnya yang tidak diperlukan lagi perusahaan. Perubahan dari aktiva ini menjadi kas / piutang akan menyebabkan bertambahnya modal kerja sebesar hasil penjualan tersebut.
- 4). Penjualan saham atau obligasi
Penjualan obligasi ini mempunyai konsekuensi bahwa perusahaan harus membayar biaya tetap, oleh karena itu dalam mengeluarkan hutang dalam bentuk obligasi ini harus disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Penjualan obligasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan (terlalu besar) disamping menimbulkan beban biaya yang besar juga akan mengakibatkan keadaan aktiva lancar sehingga melebihi jumlah modal kerja yang dibutuhkan.

c. Jenis-jenis modal kerja

Mengenai jenis-jenis modal kerja menurut Riyanto (1996:60) dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- 1). Modal kerja permanen
adalah modal kerja yang harus tetap ada pada perusahaan untuk dapat menjalankan fungsinya atau dengan kata lain modal kerja yang secara terus menerus diperlukan untuk kelancaran usaha. Modal kerja permanen dapat digolongkan dalam :
 - a) Modal kerja primer yaitu jumlah modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjamin kontinuitas usahanya.

b) Modal kerja normal yaitu modal kerja yang diperlukan untuk menyelenggarakan luas produksi yang normal. Pengertian normal dalam artian yang dinamis.

2). Modal kerja variabel

adalah modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan keadaan / situasi. Dapat dibedakan menjadi :

- a) Modal kerja musiman yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan fluktuasi musim.
- b) Modal kerja siklus yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan fluktuasi konjungtur.
- c) Modal kerja darurat yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena adanya keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya.

d. Unsur unsur modal kerja

Menurut Riyanto (1996:58) unsur modal kerja adalah investasi dalam modal kerja yang dipergunakan untuk menunjang kegiatan operasi dan penjualan yang terdiri dari :

- a. Jumlah uang tunai dan surat berharga yang dimiliki oleh perusahaan.
- b. Jumlah kredit yang diberikan.
- c. Jumlah dan macam persediaan yang ada.

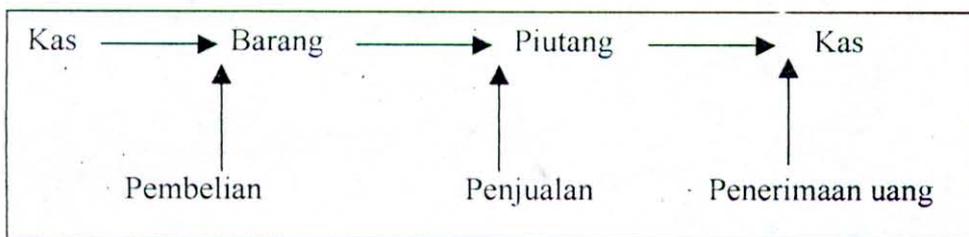
Unsur utama pembentuk modal kerja adalah aktiva lancar yang meliputi surat berharga jangka pendek yang mudah dipasarkan, kas, piutang dan persediaan. Riyanto (1996:59) menjelaskan bahwa kas dan investasi adalah nyata-nyata modal kerja dan piutang sendiri dari sebagian yang dapat dimasukkan dalam modal kerja dan sebagian lain termasuk dalam *potential working capital*.

e. Perputaran modal kerja

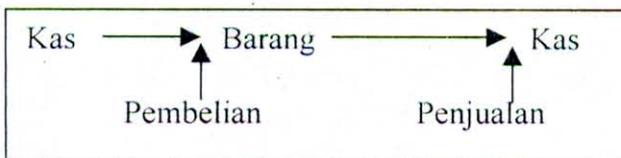
Modal kerja selalu dalam keadaan berputar dalam perusahaan selama perusahaan yang bersangkutan dalam keadaan usaha. Periode perputaran modal kerja dimulai dari saat dimana kas diinvestasikan dalam komponen-komponen modal kerja sampai saat dimana kembali lagi menjadi kas.

Makin pendek periode tersebut berarti makin cepat perputarannya atau makin tinggi tingkat perputarannya. Berapa lama periode perputaran modal kerja adalah tergantung kepada berapa lama periode perputaran dari masing-masing komponen dari modal kerja tersebut. Periode perputaran barang dagangan adalah lebih pendek dari pada barang yang mengalami proses produksi. Menurut Riyanto (1996: 62) perputaran barang dagangan dapat digambarkan sebagai berikut :

Penjualan dengan kredit



Penjualan dengan tunai



Tabel 5. Jumlah kenaikan modal kerja UD. Sayu Wiwit selama Tahun 1999 (dalam rupiah)

Bulan	Jumlah	Naik	Turun
1 - 4	15.500.000	-	-
5 - 8	24.700.000	9.200.000	-
9 - 12	42.817.360	18.117.360	-
Jumlah	83.017.360	27.317.360	-

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Tabel 6. Jumlah kenaikan modal kerja UD. Sayu Wiwit selama Tahun 2000 (dalam rupiah)

Bulan	Jumlah	Naik	Turun
1 – 4	7.800.000	-	-
5 – 8	10.000.000	2.200.000	-
9 – 12	14.775.700	7.775.700	-
Jumlah	32.575.700	9.975.700	-

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Tabel 7. Jumlah kenaikan modal kerja UD. Sayu Wiwit selama Tahun 2001 (dalam rupiah)

Bulan	Jumlah	Naik	Turun
1 – 4	3.500.000	-	-
5 – 8	5.750.850	2.250.000	-
9 – 12	7.142.550	1.391.700	-
Jumlah	14.350.400	3.642.550	-

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

1.4.4 Laporan Keuangan

1. Analisis Laporan Keuangan

Merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi tentang posisi keuangan serta hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan, dengan menganalisa laporan keuangan ini akan memperoleh informasi yang sangat mendukung dalam pengambilan keputusan.

Sedangkan operasionalisasi dan analisis-analisis ini adalah sebagai berikut :

a. Analisis Umur Piutang

Analisis ini dilakukan dengan cara menganalisa saldo piutang menurut stastus masing-masing umur piutang bagi masing-masing debitur, dengan cara menggolongkan piutang dalam beberapa golongan umur, kemudian masing-

masing golongan umur berdasarkan pengalaman periode uang lalu dan ditentukan tingkat kerugiannya.

b. Analisis perputaran piutang / Account Receivable Turnover (ART)

Tingkat perputaran piutang adalah tingkat likuiditas piutang menjadi kas. Tingkat perputaran piutang ini dapat menunjukkan tingkat kecepatan dari piutang perusahaan menjadi uang kas, dengan demikian dapat diketahui sampai sejauhmana perusahaan dapat memperoleh modal kerja atau uangnya kembali, sehingga dapat membiayai operasional perusahaan.

c. Analisis umur rata-rata piutang

Rata-rata piutang merupakan jumlah total antara biaya-biaya keuntungan yang hendak dicapai. Biaya-biaya yang dimaksud disini adalah biaya-biaya yang mempunyai peranan dalam menghasilkan suatu produk atau bisa pula dikatakan sejumlah dana yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk. Biaya-biaya tersebut merupakan harga pokok produk yang dijual atau penjualan, sedangkan keuntungan yang dimaksud disini adalah nilai lebih dari harga pokok yang ingin dicapai perusahaan. Rata-rata piutang menunjukkan nilai penjualan yang dilakukan perusahaan dalam satu kali perputaran. Adapun untuk mencari rata-rata piutang, dibutuhkan informasi tentang besar atau tingkat perputaran piutang perusahaan (yang telah dijelaskan sebelumnya).

d. Analisis perputaran modal kerja

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui perputaran modal kerja yang ada dalam perusahaan dengan cara membagi seluruh penjualan baik penjualan tunai dan penjualan kredit dengan jumlah current assets yang dimiliki perusahaan.

Untuk melihat perbandingan antara kenyataan dengan teori yang ada, maka dibawah ini dapat dilihat dari tabel-tabel berikut :

1) Analisis perputaran piutang /Account Receivable Turnover (ART)

Perputaran piutang yang terjadi di UD. Sayu Wiwit mengalami penurunan dalam dua tahun terakhir, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Perbandingan Receivable Turnover Yang Seharusnya Dengan Kenyataan Pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi

Tahun	Receivable Turnover		Penyimpangan
	Diharapkan	Kenyataan	
1999	12 Kali	7 Kali	5 Kali
2000	12 Kali	9 Kali	3 Kali
2001	12 Kali	8 Kali	4 Kali

Sumber Data : Data Keuangan Diolah

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa UD. Sayu Wiwit Banyuwangi dalam hal perputaran piutangnya tidak sesuai dengan prosedur manajemen yaitu sebanyak 12 kali tiap tahun. Tapi kenyataannya pada tahun 1999 ART sebanyak 7 kali, 2000 ART terjadi hanya 9 kali dan tahun 2001 ART terjadi 8 kali.

2). Analisa umur rata-rata piutang / Average Collection Periode (ACP)

Umur rata-rata piutang pada UD. Sayu Wiwit dalam dua tahun terakhir mengalami kenaikan yaitu dari 40 hari menjadi 45 hari. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Umur Rata-rata Piutang UD. Sayu Wiwit Banyuwangi

Tahun	Jumlah hari 1 tahun	Receivable Turnover	Average Collection Periode
1999	365	7 kali	52 hari
2000	365	9 kali	40 hari
2001	365	8 kali	45 hari

Sumber Data : Data Keuangan Diolah

Umur rata-rata piutang hanya berarti kalau dihubungkan dengan kebijaksanaan penjualan kredit. UD. Sayu Wiwit Banyuwangi menetapkan term of creditnya 30 hari.

UD. Sayu Wiwit dalam hal perhitungan dan penagih piutangnya tidak sesuai dengan teori yang telah ada atau sesuai dengan prosedur. Hal ini dapat dilihat dari jumlah ART pada tahun 1999 sampai dengan tahun 2001 mengalami penurunan dan tidak sesuai yang ditetapkan yaitu 12 kali setahun. Dalam hal pengumpulan piutangnya mengalami keterlambatan 22, 10 dan 15 hari dari yang telah ditetapkan yaitu 30 hari.

1.5 Operasionalisasi Konsep

Konsep-konsep yang terdapat dalam konsepsi dasar belum dapat langsung dioperasikan secara konkret. Oleh karena itu konsep-konsep tersebut perlu dijabarkan dengan jelas. Mengenai operasionalisasi konsep Koentjoroningrat (1990:35) mengemukakan sebagai berikut,

“Definisi Operasionalisasi adalah merubah konsep-konsep yang berupa konstrukt-konstrukt dengan kata-kata yang menggambarkan suatu gejala yang dapat diamati dan diuji serta dapat ditentukan kebenarannya oleh peneliti lain.”

Berdasarkan definisi diatas suatu perilaku pemerincian, penjabaran konsep-konsep perlu dilakukan sebelum pelaksanaan penelitian. Penjabaran konsep dalam ukuran yang jelas akan memperlancar dalam penelitian.

Adapun konsep-konsep yang perlu dijabarkan adalah konsep yang relevan dengan pengelolaan piutang. Konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut :

a. Piutang dagang

Piutang merupakan hak perusahaan untuk menerima uang, barang atau jasa dari langganannya atau pihak lain sebagai kontra prestasi atas barang atau jasa yang diberikan. Piutang yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah piutang dagang. Piutang dagang adalah tagihan yang timbul dari transaksi penjualan barang / jasa perusahaan secara kredit dalam rangka kegiatan usaha perusahaan.

b. Kebijakan kredit

Kebijakan kredit ini merupakan cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan langganan yang akan diberikan kredit atau tidak. Kebijakan kredit ini terdiri dari 4 variabel yaitu :

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

Jangka waktu yang ditetapkan UD. Sayu Wiyit Banyuwangi adalah selama 30 hari. Kebijakan pengumpulan piutang yang ditempuh oleh perusahaan adalah untuk menagih piutangnya kepada langganan yang sudah jatuh tempo. Cara yang dipergunakan untuk menagih diantaranya dengan surat pemberitahuan dari perusahaan, melalui telepon, kunjungan personel dan tindakan yuridis.

c. Persyaratan pembayaran

Persyaratan pembayaran mencantumkan jangka waktu kredit dan adanya potongan (diskon) bila dibayar lebih cepat. Misalnya persyaratan kredit yang diberikan karena penjualan kepada langganannya mencantumkan 2/10 net 30 berarti akan diberikan potongan 2 % dari penjualan bila langganan membayar dalam waktu 10 hari dan bila tidak memanfaatkan potongan tersebut, seluruh jumlah faktur harus dilunaskan dalam waktu 30 hari.

Perusahaan dalam menentukan debitur yang bisa memperoleh kredit menggunakan berbagai kriteria sebagai berikut :

- 1). Pembeli yang sudah kenal dengan pemimpin perusahaan dalam hal ini adalah pembeli yang sudah lama menjadi langganan perusahaan dan tidak mempunyai kesalahan terhadap perusahaan, misalnya dalam hal menunggak pembayaran piutangnya.
- 2). Mengisi surat perjanjian kredit yang telah disepakati berupa kesanggupan dari langganan untuk membayar kredit pada waktu yang telah ditentukan.

e. Kebijakan penagihan

Kebijakan penagihan dari suatu perusahaan adalah prosedur yang ditempuh untuk memperoleh pembayaran dari rekening-rekening yang telah lewat jjatuh tempo. Prosedur penagihan yang umum adalah mengirim surat-surat teguran yang nadanya semakin keras, menegur lewat telepon, menyerahkan kepada badan-badan penagih dan terakhir mengajukan tuntutan perdata.

Proses penagihan memang mahal, baik dari sudut biaya uang nyata maupun hilangnya hubungan baik. Tetapi tetap diperlukan adanya ketegasan penagihan untuk mencegah bertambah panjangnya waktu penagihan dan memperkecil kerugian langsung yang timbul karena tidak tertagihnya piutang. Disini juga harus dicari keseimbangan antara biaya dan kemanfaatan dari berbagai kebijakan penagihan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan uraian tentang metode yang mengandung aspek prosedur kegiatan yang dilakukan. Bahan dan alat serta cara yang digunakan baik untuk mengumpulkan, mengolah data serta menganalisis data guna memperoleh jawaban atas pertanyaan yang tersirat dalam masalah.

Penulis mengadakan penelitian di UD. Sayu Wiwit Banyuwangi yang berlokasi di Jalan Sekardalu no. 22 Banyuwangi, dimana penelitian tersebut mengambil judul yaitu Pengelolaan Piutang dalam Usaha Untuk Efisiensi Modal Kerja Pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi.

Metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif dan penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Tahap pengumpulan data.
2. Tahap pengolahan data.
3. Tahap Analisa data.
4. Tahap kesimpulan.

1.7.1 Tahap Pengumpulan Data

Merupakan tahap dalam memperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian, teknik-teknik yang dipergunakan adalah :

a. Teknik wawancara

yaitu metode pengumpulan data melalui wawancara dengan informan secara langsung atau melakukan tanya jawab dengan pimpinan dan bagian keuangan perusahaan.

b. Teknik dokumentasi

yaitu metode pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data sekunder yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data tersebut meliputi data penjualan, laporan keuangan selama tahun 1999 sampai dengan tahun 2001 dan data-data lain yang menunjang penelitian.

1.7.2 Tahap Pengolahan Data

Tahap pengolahan data merupakan uraian tentang mengkaji dan mengolah data awal atau data mentah sehingga menjadi data atau informasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tahap pengolahan data dengan tabulasi yaitu membuat daftar (laporan) guna memudahkan analisis data. Data dikelompokkan atau diurutkan berdasarkan golongannya.

1.7.3 Tahap Analisis Data

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data ini dilakukan dengan cara yaitu analisis data kuantitatif.

a. Analisis perputaran piutang / Account Receivable Turnover (ART)

Rumus :

$$1. \quad \text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Net Credit Sales (penjualan kredit)}}{\text{Avarage Receivable (piutang rata-rata)}}$$

$$2. \quad \text{Avarage Receivable} = \frac{\text{Piutang awal} + \text{Piutang akhir}}{2}$$

(Riyanto ; 1996:90)

b. Analisis umur rata-rata piutang

Rumus :

$$\text{Avarage Collection Periode} = \frac{365}{\text{Receivale Turn Over}}$$

(Riyanto ; 1996:90)

c. Analisa terhadap kenaikan penjualan dan kenaikan piutang

Untuk menganalisa ini dilakukan dengan menghitung selisih penjualan atau piutang dibagi dengan jumlah penjualan atau piutang tahun terdahulu dikalikan 100 %.

(Syufrudin,dalam Murtadhó, 2000 : 35)

d. Analisis perputaran modal kerja

Rumus :

$$\text{Working capital turnover} = \frac{\text{Net Sales}}{\text{Current Assets}}$$

(Riyanto ; 1996:64)

1.7.4 Tahap Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penulisan ini berdasarkan pada hasil pembahasan atas data keuangan perusahaan yang telah dikumpulkan. Sedangkan teknik pengambilan kesimpulan dilakukan secara deduksi yaitu suatu cara pengambilan kesimpulan yang berawal dari hal yang bersifat umum menjadi hal-hal yang bersifat khusus.

II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

UD. Sayu Wiwit merupakan perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan batik tulis, batik cap dan batik printing di Banyuwangi. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1984 oleh Bapak Soedjojo Dulhadji dengan berlokasi di Jalan Sekardalu 22 Lingkungan Sritanjung Kelurahan Temenggungan Kecamatan Banyuwangi.

Adapun tanggapan perusahaan ini mendapatkan tanggapan yang positif dari Pemerintah Daerah Tingkat II Banyuwangi, Departemen Perindustrian dan Departemen Tenaga Kerja Kabupaten Banyuwangi serta Kursus Latihan Kerja (KLK) Kabupaten Situbondo.

UD. Batik Sayu Wiwit ini berdiri berdasarkan surat izin Departemen Perindustrian No. 146/Jat.37/iz/IX/1987, yaitu dalam keputusannya dibidang usaha untuk membuat batik tulis, batik cap dan batik printing serta memasarkan hasil produksinya. Maksud didirikannya UD. Sayu Wiwit, agar dapat lebih meningkatkan proses produksi perusahaan serta dapat lebih banyak menyerap tenaga kerja, sehingga secara tidak langsung dapat mengurangi pengangguran khususnya di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu juga merupakan tanggung jawab putra Blambangan untuk tetap melestarikan dan menumbuh kembangkan baik khas yang merupakan peninggalan nenek moyang kita.

Perkembangan UD. Sayu Wiwit dari tahun ke tahun mengalami peningkatan sehingga usahanya semakin bertambah besar. Produksi yang dihasilkan oleh perusahaan ini adalah batik tulis, cap dan printing dengan bahan baku kain mori prisima dan kain sutra.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sistem organisasi kerja yang baik dan tepat akan sangat membantu dalam kelancaran usaha atau operasi perusahaan, sebab tanpa adanya sistem organisasi yang baik akan mengakibatkan kesimpangsiuran pekerjaan yang pada akhirnya mengakibatkan pemborosan. Kerja sama yang baik dan nampak dalam

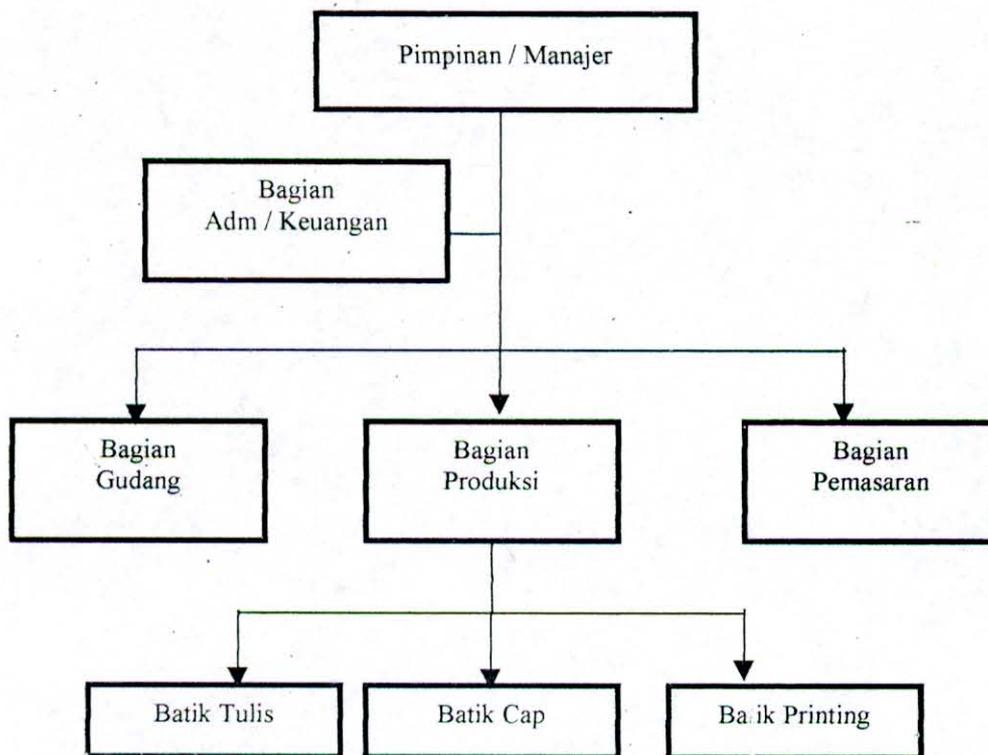
perusahaan sangat dibutuhkan sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat segera tercapai.

Menurut Manullang (1980 : 50) dalam bukunya Pengantar Ekonomi Perusahaan mendefinisikan organisasi adalah, "Organisasi adalah merupakan wadah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu." Dari rumusan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa organisasi setidaknya harus terdapat tiga unsur, antara lain :

- Perwujudan organisasi adalah sekelompok orang.
- Orang-orang tersebut bekerja sama.
- Dari usaha kerja sama tersebut terdapat adanya tujuan.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan maka perlu adanya pembagian kerja, hubungan kerja, wewenang kerja dan tanggung jawab antara bagian yang satu dengan yang lain yang merupakan suatu struktur organisasi yang mempunyai pola tetap dan mempunyai bentuk yang teratur.

Struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi adalah berbentuk garis, yang mana tanggung jawab tertinggi terletak pada satu pimpinan. Adapun struktur organisasi UD. Sayu Wiwit sebagai berikut :



Sumber Data : Struktur Organisasi UD. Sayu Wiwit 2002

Adapun penjelasan mengenai pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing fungsi adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan / Manajer

Bertugas menentukan jalnnya operasional serta kebijaksanaan-kebijaksanaan yang akan diambil demi kelangsungan hidup perusahaan, baik mengenai perencanaan dan pengendalian jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Bagian Administrasi / Keuangan

Adapun tugas-tugas dari bagian ini adalah:

- a. Mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan
- b. Menerima dan mengeluarkan uang
- c. Mengadakan kegiatan administrasi terhadap persediaan bahan
- d. Melakukan kegiatan administrasi kepada tenaga kerja
- e. Menganalisis posisi keuangan perusahaan

3. Bagian Produksi

Bertugas melaksanakan / mengelola dan bertanggung jawab atas kelancaran masing-masing bagian produksi dari bahan baku sampai menjadi barang jadi, yang meliputi :

- a. Menentukan jumlah dan jenis produk
- b. Menentukan standar pemakaian bahan baku
- c. Menentukan pengawasan kualitas produksi
- d. Menentukan pembelian material / bahan baku

4. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Mengadakan penelitian terhadap produk perusahaan di pasaran
- b. Bertanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan mengenai kelancaran arus penjualan barang
- c. Melakukan kegiatan promosi

5. Bagian Gudang

Bagian ini bertugas mencatat keluar masuknya bahan baku, bahan penolong dan bahan jadi serta bertanggung jawab sepenuhnya terhadap barang tersebut.

2.3 Aktivitas Perusahaan

2.3.1 Personalia

Dalam suatu organisasi sumber daya manusia merupakan asset penting. Apabila dalam usaha ini yang penuh dengan persaingan dalam kondisi demikian hanya perusahaan yang memiliki keunggulan mampu memenangkan persaingan dan berpeluang untuk berkembang. Sumber daya manusia merupakan keunggulan utama dan kunci kemajuan di masa datang. Sehingga perlu hubungan manajerial yang baik yang mampu merangsang karyawan berprestasi.

a. Tenaga Kerja

Dalam aktivitas perusahaan sehari-hari, UD. Sayu Wiwit menggunakan beberapa orang tenaga kerja untuk membantu dan memperlancar usahanya. Tenaga kerja merupakan salah satu factor yang penting bagi UD. Sayu Wiwit

dalam usahanya mencapai tujuan. Adapun jumlah dan klasifikasi karyawan yang ada pada UD. Sayu Wiwit dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Tabel 10. Jumlah Tenaga Kerja UD. Sayu Wiwit

No.	Jabatan	Jumlah
1	Pimpinan / Manajer	1 orang
2	Bagian Adm / Keuangan	3 orang
3	Bagian Produksi	6 orang
4	Bagian Pemasaran	10 orang
5	Bagian Gudang	5 orang
6	Pekerja Batik Tulis	15 orang
7	Pekerja Batik Cap	20 orang
8	Pekerja Batik Printing	15 orang
Jumlah		75 orang

Sumber Data : UD. Sayu Wiwit 2002

b. Waktu Kerja

Setiap orang yang beraktivitas dalam hal ini adalah tenaga kerja tidak akan mampu melaksanakan pekerjaan terus tanpa istirahat. Oleh karena itu UD.

Sayu Wiwit Banyuwangi memberlakukan jam kerja sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| a. Hari Senin – Kamis | pukul 08.00 – 16.00 |
| Istirahat | pukul 11.30 – 13.00 |
| b. Hari Jum'at | pukul 08.00 – 16.00 |
| Istirahat | pukul 11.00 – 13.00 |
| c. Hari Sabtu | pukul 08.00 – 16.00 |
| Istirahat | pukul 11.30 – 13.00 |

2.3.2 Produksi dan Hasil Produksi

a. Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Untuk mengetahui lebih jauh pokok-pokok masalah yang menyangkut produksi maka bahan-bahan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1). Bahan Baku Utama

Untuk kelancaran proses produksi, maka bahan baku yang harus selalu tersedia pada setiap proses produksi. Adapun bahan baku utama yang dipergunakan adalah:

- Kain Mori
- Obat Pewarna
- Malam

2). Bahan Pembantu

Bahan pembantu merupakan bahan yang dipergunakan untuk menyempurnakan hasil produksi yang diinginkan. Adapun bahan pembantu yang digunakan tersebut adalah :

- Water Glass (pengunci warna)
- Kayu Bakar
- Minyak Tanah
- Kanji
- Garam
- Kaporit
- Soda Abu
- Soda As

b. Peralatan dan Mesin

Untuk melaksanakan kegiatan perusahaan, digunakan berbagai mesin dan peralatan. Mesin dan peralatan yang digunakan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 11. Jumlah Mesin dan Peralatan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi

No.	Jenis	Jumlah
1	Mesin Pedder 1 Pk	1 Unit
2	Meja Printing 28 x 1,5 M	1 Unit
3	Plangkan	120 Buah
4	Meja Gambar	2 Buah
5	Mixer	2 Buah
6	Seterika Listrik	2 Buah
7	Mesin Jahit	2 Buah
8	Alat Cap Batik	50 Buah
9	Kompor	5 Unit
10	Bak Pencuci	10 Buah

Sumber data : UD. Sayu Wiwit 2002

c. Proses Produksi

Proses produksi adalah cara pengolahan bahan sejak mulai dari bahan baku hingga menjadi barang jadi. Lebih jelasnya akan kami uraikan mengenai proses produksi dari pembuatan masing-masing batik.

1) Batik Tulis

Adapun tahapan-tahapan dalam proses produksi batik tulis adalah sebagai berikut :

a) Tahap I

- (1) Kain yang sudah diloyor, dikemplong halus kemudian dipola yaitu digambari atau diberi motif dengan pensil 4B.
- (2) Setelah selesai dipola/digambari, kemudian dibatik dengan menggunakan malam carik, disesuaikan dulu kondisi malamn dengan tebal/tipisnya kain (panasnya cukup).
- (3) Dibatik dulu garis lurusnya atau diklowongi, ini berfungsi juga sebagai pembatas warna, kemudian didalamnya diberi isi. Adapun isi tersebut menurut kreasi maupun variasi si pembatik, jadi banyak ragamnya.

b. Tahap II

- (1) Dichelup warna (wedel) biru tua, kemudian dilorot.
- (2) Dilorot yaitu kain dibersihkan dari malam, dengan jalan direbus dengan air yang telah dicampur dengan tawas dan kanji yaitu supaya tidak berbau dan malam yang telah lepas dari kain tidak menempel lagi pada kain, kemudian dicuci dan diangin-anginkan (dijemur ditempat teduh). Kalau kain sutera dilorot dengan bensin.
- (3) Ada juga yang tidak usah dilorot, kalau mengingingkan warna selanjutnya bisa masuk yaitu cuma dikerok, misalnya untuk selanjutnya diwarnai coklat maka bekas kerokan tersebut berwarna coklat, ini disebut dengan system kerok.
- (4) Setelah kainnya kering langkah selanjutnya dibironi, yaitu kalau isinya mengingingkan warna biru atau putih, tempat tersebut ditutup malam bolak-balik pakai malam biron kemudian dicelup warna coklat atau soga (disebut juga dibabar), selanjutnya dilorot lagi.
- (5) Setelah dicuci bersih, dikandji lalu diangin-anginkan sampai kering, kemudian dibasahi dan dipress (dihaluskan) maka jadilah kain tersebut.
- (6) Supaya warna batik tersebut awet, janganlah dicuci pakai sabun tapi pakailah lerak dan menjemurnya ditempat teduh atau diangin-anginkan.

2) Batik Cap

Cap disini termasuk dalam cetak mencetak maka harus diperhitungkan sambungan sisi-sisinya saja dalam istilah batik disut singgit. Perlu diperhatikan dalam hal membuat motif, jangan sampai kelihatan mengkotak-kotak maupun satu deretan, buatlah seakan-akan sepanjang kain itu merupakan satu motif (satu kesatuan).

Adapun langkah-langkah pembuatan batik cap adalah sebagai berikut :

- a) Kain dicap sesuai dengan motif pesanan
- b) Kemudian disambung (ditulis pakai canting) agar nanti kalau diwarnai (dicolet) tidak keluar dari motif.
- c) Diwarnai atau dicolet sesuai dengan warna yang diinginkan.

- d) Di waterglass sehari semalam supaya warna tidak dapat luntur.
- e) Dilungsur atau dihilangkan malamnya dengan menggunakan air mendidih yang telah dicampur dengan tawas dan kanji yaitu supaya tidak berbau dan malam yang telah lepas dari kain tidak menempel lagi pada kain, kemudian dicuci dan diangin-anginkan.
- f) Dijemur supaya kering dan terakhir dilasem.

3) Batik Printing

Langkah-langkah pembuatan batik printing adalah sebagai berikut :

- a) Pertama-tama kain dibentangkan dimeja print sepanjang 26 m.
- b) Sebelum kain di-print dilihat dulu motif pesanannya (ada yang 1 screen sampai 4 screen)
- c) Kemudian cetakan screen ditaruh dimeja / diatas kain yang telah dibentangkan tadi.
- d) Setelah siap semua, obat yang telah disediakan sesuai dengan pesanan dimasukkan dalam cetakan screen dan kemudian dilakukan pembuatan.
- e) Di waterglass sehari semalam agar warnanya tidak luntur.
- f) Kemudian dicuci dan diangin-anginkan, setelah kain kering kemudian dilasem.

4) Obat-obat pewarna batik

Pembuatan batik memerlukan obat pewarna. Adapun macam-macamnya yaitu :

- a) Obat Remasol : Yellow FG, Blue Turkis, Black B, Orange 3R, Red 5B, Brown GR, Golden Yellow 2R.
- b) Obat Procion : Blue MxR, Yellow 4R, Orange Mx2R, Black, Red BB/5B.

5) Lilin / malam

Bahan-bahan untuk membuat lilin atau malam yaitu :

- a) Limbah malam

- b) Arpus
- c) Paravin
- d) Lemak Nabati/ Hewani
- e) Damar
- f) Penguat

Bahan-bahan tersebut diatas direbus dan diaduk hingga rata betul, lalu tuangkan kedalam cetakan. Terdapat 4 jenis malam menurut sifatnya yaitu :

- (1) Malam carik, warnanya agak kuning, sifatnya lentur tidak mudah retak, gunanya untuk membuat batik tulis halus.
- (2) Malam gambar, warnanya kuning pucat, sifatnya mudah retak, gunanya adalah untuk membuat remekan (efek warna retak).
- (3) Malam tembokan dimana warnanya agak coklat sedikit, sifatnya kental, gunanya untuk menutup blok (putih).
- (4) Malam biron yaitu warna lebih coklat lagi, gunanya untuk menutup warna biru.

c. Hasil Produksi

Adapun harga masing-masing jenis dari hasil produksi dari UD. Sayu Wiwit dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 12. Daftar Jenis dan Harga Produk UD. Sayu Wiwit

No.	Jenis	Harga	
		Kain Mori	Kain Sutra
1	Batik Printing	Rp. 12.500 / m	-
2	Batik Cap	Rp. 20.000 / m	Rp. 150.000 / m
3	Batik Tulis (2 m)	Rp. 90.000 / ptg	Rp. 350.000 / ptg
4	Kain Panjang (2,5 m)	Rp. 95.000 / ptg	-

Sumber Data : UD. Sayu Wiwit 2002

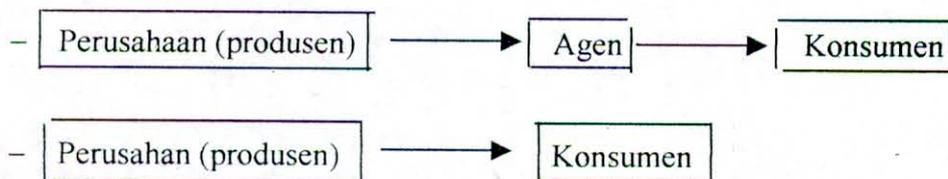
2.4. Pemasaran

Dalam proses kegiatan memasarkan produk-produknya, perusahaan menentukan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang dipakai sebagai pedoman agar

proses pemasaran bisa berjalan dengan lancar dan tentunya akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

2.4.1 Saluran Distribusi

Salah satu kebijaksanaan perusahaan untuk mencapai target dalam pemasaran produksinya adalah pemilihan saluran distribusi, karena dengan saluran distribusi yang mantap akan berakibat volume penjualan meningkat. Dalam hal ini saluran distribusinya yang dipakai perusahaan adalah sebagai berikut



Sumber Data : UD. Sayu Wiwit Banyuwangi 2002

2.4.2 Daerah Pemasaran

Untuk memasarkan hasil produksinya UD.Sayu Wiwit menetapkan daerah pemasaran antara lain adalah daerah lokal Banyuwangi bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Tingkat II Banyuwangi, Instansi-instansi Pemerintah, Perusahaan Pemerintah (BUMN), Sekolah-sekolah serta masyarakat luas. Sedangkan pasaran diluar daerah yaitu ke Bali, Surabaya, Jakarta, Padang dan Ujung Pandang.

2.4.3 Sales Promotion dan Pesaing Perusahaan

Upaya meningkatkan volume penjualan yaitu dengan melaksanakan promosi penjualan. Pada kegiatan promosinya UD. Sayu Wiwit Banyuwangi dengan cara sebagai berikut :

- Mengikuti pameran-pameran
- Media Massa (surat kabar)
- Media Elektronik (radio)

Sedangkan dalam usaha memperoleh pangsa pasar yang semakin kompetitif ini, UD. Sayu Wiwit Banyuwangi menghadapi beberapa pesaing dari perusahaan sejenis, yaitu :

- UD. Sritanjung di Lateng, Banyuwangi
- UD. Virdes di Desa Simbar, Cluring, Banyuwangi

(5) Pengelolaan Piutang

UD. Sayu Wiwit dalam menjual produknya dengan jalan secara tunai dan penjualan secara kredit. Penjualan secara tunai dimaksudkan untuk mendapatkan penerimaan secara tunai, sehingga sewaktu-waktu penerimaan tersebut dapat digunakan untuk pembiayaan. Penjualan secara kredit dimaksudkan untuk memaksimalkan volume penjualan, mencari langganan baru, mengantisipasi perkembangan pasar yang ada terutama untuk tercapainya peluang baru untuk pengembangan perusahaan, dari total penjualan secara kredit diharapkan debitur dapat melunasi kewajibannya selambat-lambatnya 30 hari setelah periode kredit.

Untuk mengantisipasi permasalahan yang terjadi sebagai akibat dari kebijaksanaan penjualan secara kredit, khususnya debitur yang sering menunggak dalam melakukan pembayaran, perusahaan menjalankan kebijaksanaan pengumpulan piutang. Kebijaksanaan pengumpulan piutang ini sangat menentukan modal kerja yang terinvestasi dalam piutang. Adanya prosedur pengumpulan piutang yang ditempuh adalah sebagai berikut :

- a. Bagian Keuangan memberikan informasi kepada debitur berupa surat tertulis bahwa hutangnya sudah jatuh tempo.
- b. Apabila dalam satu bulan debitur belum melunasi kewajibannya maka bagian keuangan atas persetujuan pimpinan perusahaan mengirim seorang kurir untuk melakukan penagihan.
- c. Tindakan yuridis, perusahaan menggunakan jalur hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

Apabila debitur belum juga melunasi kewajibannya maka kewajiban yang diambil perusahaan adalah mengadakan penghapusan piutang, hal ini dijalankan jika :

- a. Ada keterangan yang syah bahwa debitur tidak mampu melunasi kewajibannya.
- b. Debitur bangkrut
- c. Debitur meninggal

Kebijaksanaan ini diambil perusahaan dan ditetapkan sebagai piutang ragu-ragu. Baru kemudian dua tahun kemudian dianggap sebagai kerugian yang akan dikurangkan pada laba yang diperoleh perusahaan.

2.6 Laporan Keuangan

Untuk memberikan gambaran tentang keuangan perusahaan maka berikut ini akan disajikan data keuangan perusahaan. Laporan keuangan ini meliputi Laporan Neraca, Laporan Rugi/Laba dan Laporan Harga Pokok Penjualan tahun 1999 sampai dengan tahun 2001 dan data-data yang menunjang laporan keuangan (lihat lampiran).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis melakukan analisa data dimana data – data tersebut diperoleh dari laporan keuangan dan data-data yang menunjang lainnya.

3.1.1 Analisis Perputaran Piutang (Analysis Receivable Turnover)

Seperti dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa UD. Sayu Wiwit Banyuwangi disamping menjual produknya dengan tunai juga menjual secara kredit. Kebijakan yang diterapkan selama ini menimbulkan meningkatnya piutang untuk tiap tahunnya seperti terdapat dalam laporan keuangan perusahaan.

Meningkatnya piutang perlu diadakan analisis terhadap piutang. Analisis dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kenaikan piutang diantaranya tingkat perputaran piutang dan umur rata-rata piutang. Dengan menganalisis piutang dapat diketahui bagian-bagian yang menunjukkan kelemahan perusahaan.

a. Perputaran Piutang (Receivable Turnover)

Perhitungan perputaran piutang (Receivable Turnover) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Receivable}}$$

dimana Average Receivable dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Average Receivable} = \frac{\text{Piutang Awal} + \text{Piutang Akhir}}{2}$$

Berikut ini akan diadakan perhitungan perputaran piutang pada tahun 1999

Diketahui : Piutang Awal tahun 1999 Rp. 5.000.000

Piutang Akhir tahun 1999 Rp. 19.750.000

$$\text{Average Receivable} = \frac{\text{Rp. 5.000.000} + \text{Rp. 19.750.000}}{2}$$

$$\text{Average Receivable} = \text{Rp. 12.375.000}$$

Selanjutnya untuk perputaran piutang adalah :

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{95.137.500}{12.375.000} \times 1 \text{ kali} = 7 \text{ kali}$$

Berikut ini akan diadakan perhitungan perputaran piutang pada tahun 2000.

Diketahui : Piutang Awal tahun 2000 Rp. 19.750.000

Piutang Akhir tahun 2000 Rp. 28.900.000

$$\text{Average Receivable} = \frac{\text{Rp. 19.750.000} + \text{Rp. 28.900.000}}{2}$$

$$\text{Average Receivable} = \text{Rp. 24.325.000}$$

Selanjutnya untuk perputaran piutang adalah :

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{227.923.250}{24.325.000} \times 1 \text{ kali} = 9 \text{ kali}$$

Berikut ini diadakan perhitungan perputaran piutang pada tahun 2001.

Diketahui : Piutang Awal tahun 2001 Rp. 28.900.000

Piutang Akhir tahun 2001 Rp. 39.735.350

$$\text{Average Receivable} = \frac{\text{Rp. 28.900.000} + \text{Rp. 39.735.350}}{2}$$

$$\text{Average Receivable} = \text{Rp. 34.317.675}$$

Selanjutnya untuk perputaran piutang adalah :

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{304.845.750}{34.317.675} \times 1 \text{ kali} = 8 \text{ kali}$$

Semakin tinggi tingkat perputaran piutang suatu perusahaan akan semakin baik perusahaan tersebut, karena keuangan yang akan ditanggung akan semakin kecil. Tingginya ratio perputaran ini menunjukkan efektifitas

penggunaan modal kerja yang tertanam dalam piutang dan kebutuhan akan investasi akan semakin rendah, sehingga tidak akan terjadi over investmen dalam piutang. Sebaliknya jika semakin rendah ratio perputarannya, berarti semakin besar kemungkinan adanya over investmen pada piutang tersebut.

Untuk lebih jelasnya pada tabel 13 dapat dilihat perputaran piutang pada UD. Sayu Wiwit pada tahun 1999 sampai dengan tahun 2001 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 1999 perputaran piutang 7 kali, tahun 2000 perputaran piutang 9 kali dan pada tahun 2001 perputaran piutang 8 kali.

Tabel 13. Perputaran Piutang UD. Sayu Wiwit (dalam Rupiah)

Tahun	Net Credit Sales	Jumlah Piutang		Rata-rata	RTO
		Awal	Akhir		
1999	95.137.500	5.000.000	19.750.000	12.375.000	7 kali
2000	227.923.250	19.750.000	28.900.000	24.325.000	9 kali
2001	304.845.750	28.900.000	39.735.350	34.317.675	8 kali

Sumber : Data Keuangan Diolah

Penurunan perputaran piutang dagang tiap tahun ini menunjukkan keterlambatan dengan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan ini menandakan adanya kelebihan investasi dalam perkiraan piutang tersebut atau modal kerja yang tertanam dalam piutang perusahaan kurang produktif.

Sesuai dengan syarat pembayaran / faktur penjualan n/30 10/2 perputaran piutang tiap tahun ditetapkan 12 kali, tetapi di UD. Sayu Wiwit Banyuwangi terjadi penyimpangan seperti yang terlihat pada tabel 14.

Tabel 14. Perbandingan Perputaran *Piutang Yang Seharusnya Dengan Kenyataan Pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi

Tahun	Receivable Turnover		Penyimpangan
	Diharapkan	Kenyataan	
1999	12 kali	7 kali	5 kali
2000	12 kali	9 kali	3 kali
2001	12 kali	8 kali	4 kali

Sumber Data : Data Keuangan Diolah

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa UD. Sayu Wiwit Banyuwangi dalam hal perputaran piutangnya tidak sesuai dengan prosedur manajemen yaitu sebanyak 12 kali tiap tahun. Tapi kenyataannya pada tahun 1999 ART terjadi 7 kali, tahun 2000 ART terjadi hanya 9 kali dan tahun 2001 ART terjadi 8 kali.

b. Umur Rata – rata Piutang (Average Collection Periode)

Umur rata-rata piutang merupakan alat yang penting untuk menilai kebijaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang. Umur rata-rata piutang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{365}{\text{Receivable Turnover}}$$

Berikut ini akan diadakan perhitungan terhadap umur rata-rata piutang :

Tahun 1999

$$\text{Average Collection Periode} = \frac{365}{7} \times 1 \text{ hari} = 52 \text{ hari}$$

Tahun 2000.

$$\text{Average Collection Periode} = \frac{365}{9} \times 1 \text{ hari} = 40 \text{ hari}$$

Tahun 2001

$$\text{Average Collection Periode} = \frac{365}{8} \times 1 \text{ hari} = 45 \text{ hari}$$

Kalau dilihat dari kebijaksanaan perusahaan term of creditnya 30 hari maka terjadi keterlambatan dalam penerimaan piutang pada tahun 1999 selama 22 hari, tahun 2000 selama 10 hari dan tahun 2001 selama 15 hari.

Tabel 15. Umur rata-rata Piutang UD. Sayu Wiwit Banyuwangi

Tahun	Jumlah hari 1 tahun	Receivable Turnover	Average Collection Periode
1999	365	7 kali	52 hari
2000	365	9 kali	40 hari
2001	365	8 kali	45 hari

Sumber Data : Data Keuangan Diolah

Umur rata-rata piutang hanya berarti kalau dihubungkan dengan kebijaksanaan penjualan kredit. UD. Sayu Wiwit Banyuwangi menetapkan term of creditnya 30 hari, dengan demikian keterlambatan dalam pengumpulan piutang dapat dilihat pada tabel 16 berikut ini.

Tabel 16. Keterlambatan Dalam Pengumpulan Piutang Pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi

Tahun	RTO	Term of Credit	Average Collection Periode	Keterlambatan Piutang
1999	7 kali	30 hari	52 hari	22 hari
2000	9 kali	30 hari	40 hari	10 hari
2001	8 kali	30 hari	45 hari	15 hari

Sumber Data : Data Keuangan Diolah

Pada tabel 16 terlihat bahwa keterlambatan dalam pengumpulan piutang dari tahun 1999 sampai tahun 2001. Keterlambatan dalam pengumpulan piutang ini tidak akan menguntungkan perusahaan, karena akan mengganggu kebutuhan modal kerja. Modal kerja banyak yang berubah menjadi tagihan yaitu mengendapnya modal kerja pada piutang.

3.1.2 Analisis Terhadap Debitur

Untuk mengetahui lebih jelas tertundanya pembayaran piutang dalam perusahaan, maka akan dianalisis terhadap kualitas debitur. Selama dua tahun UD. Sayu Wiwit Banyuwangi menerima pembayaran piutangnya sebagai berikut

Tabel 17. Prosentase Penerimaan Piutang UD. Sayu Wiwit Banyuwangi (dalam rupiah)

NO	Keterangan	Penerimaan Pelunasan Piutang		
		Tahun 1999	Tahun 2000	Tahun 2001
1	Penjualan Kredit	95.137.500	227.923.250	304.845.750
2	Lunas < 30 Hari	37.000.000	95.500.000	127.800.650
3	Lunas 30 - 60 Hari	57.850.000	56.750.000	154.950.550
4	Lunas > 61 Hari	32.000.000	75.673.250	22.094.550

Sumber Data : Laporan Keuangan Diolah

Dari angka-angka tersebut diatas dapat dihitung penerimaan piutang, sebagai berikut :

- a. Kelompok < 30 Hari penerimaan piutang rata-rata adalah :

$$\frac{95.500.000 + 127.800.650 + 37.000.000}{3}$$

$$= \frac{260.300.650}{3} = 86.766.883$$

- b. Kelompok 30 – 60 Hari penerimaan piutang rata-rata adalah :

$$\frac{56.750.000 + 154.950.550 + 57.850.000}{3}$$

$$= \frac{269.550.550}{3} = 89.850.183$$

c. Kelompok > 61 Hari penerimaan piutang rata-rata adalah :

$$\frac{75.673.250 + 22.094.550 + 32.000.000}{3}$$

$$= \frac{129.767.800}{3} = 43.255.933$$

Sedangkan kalau kita lihat selama tiga tahun secara keseluruhan penerimaan piutang rata-rata adalah sebesar :

$$\frac{260.30.650 + 269.550.550 + 129.767.800}{3}$$

$$\frac{659.919.000}{3} = 219.873.000$$

Angka-angka ini selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menentukan prosentase kebiasaan penerimaan pembayaran dari debitur, sehingga prosentase ini akan mencerminkan kebiasaan debitur dalam melakukan pembayaran kewajibannya pada perusahaan.

Prosentase yang menunjukkan kebiasaan debitur tersebut adalah :

a. Kelompok < 30 hari adalah :

$$\frac{86.766.883}{219.873.000} \times 100\% = 39,5 \%$$

b. Kelompok 30 – 60 hari adalah :

$$\frac{89.850.183}{219.873.000} \times 100\% = 40,8 \%$$

c. Kelompok > 61 hari adalah :

$$\frac{43.255.933}{219.873.000} \times 100\% = 19,7 \%$$

Dari angka-angka ini dapat diambil kesimpulan bahwa :

- 39,5% dari total penjualan kredit setiap bulannya diterima pembayarannya pada waktu selambat-lambatnya 30 hari setelah barang diserahkan.
- 60,5% dari total penjualan kredit tiap bulannya diterima pembayarannya pada waktu sesudah 30 hari.

Dari angka prosentase tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai debitur kurang baik kualitasnya, karena hanya 39,5% dari total penjualan kredit tiap bulannya diterima tepat pada waktunya atau sesuai dengan jatuh tempo yang sudah menjadi ketetapan perusahaan yaitu 30 hari. Sedangkan 60,5% diterima setelah jatuh tempo, yang berasal dari 40,8% diterima selambatnya 60 hari dan 19,7% pembayaran diterima lebih 61 hari.

3.1.3 Analisis Terhadap Kenaikan Penjualan dan Kenaikan Piutang

Volume penjualan tiap tahun terus mengalami peningkatan. Peningkatan volume penjualan ternyata juga diikuti peningkatan piutang. Meningkatnya volume penjualan dan meningkatnya piutang dapat dilihat pada tabel – tabel berikut ini.

Tabel 18. Perbandingan Kenaikan Penjualan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi (dalam rupiah)

Tahun	Penjualan	Kenaikan	%
1999	126.850.000		
		141.295.000	111,7 %
2000	268.145.000		
		70.572.500	26,32 %
2001	338.717.500		

Sumber Data : Laporan Keuangan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi 2002

Pada tahun 1999 ke tahun 2000 volume penjualan naik sebesar Rp. 141.295.000 atau 111,7 % dan tahun 2000 ke tahun 2001 volume penjualan naik

sebesar Rp. 70.572.500 atau 26,32 %. Kebijakan penjualan kredit mengakibatkan kecenderungan naiknya volume penjualan.

Tabel 19. Perbandingan Kenaikan Piutang UD. Sayu Wiwit Banyuwangi (dalam rupiah)

Tahun	Piutang	Kenaikan	%
1999	19.750.000		
		9.150.000	46,33 %
2000	28.900.000		
		10.835.350	37,5 %
2001	39.735.350		

Sumber Data : Laporan Keuangan UD. Sayu Wiwiwt Banyuwangi 2002

Tahun 1999 ke tahun 2000 piutang pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi mengalami kenaikan sebesar Rp. 9.150.000 atau 46,33 % dan tahun 2000 ke 2001 mengalami kenaikan sebesar Rp. 10.835.350 atau 37,5 %. Kebijakan penjualan kredit mengakibatkan kecenderungan naiknya piutang.

Tabel 20. Perbandingan Selisih Penjualan dengan Piutang UD. Sayu. Wiwit Banyuwangi (dalam rupiah)

Tahun	Selisih Penjualan dg Piutang	Kenaikan	%
1999	107.100.000		
		132.145.000	123 %
2000	239.245.000		
		59.737.150	24,97 %
2001	298.982.150		

Sumber Data : Data Keuangan Diolah

Pada tahun 1999 ke tahun 2000 selisih penjualan dengan piutang naik sebesar Rp. 132.145.000 atau 123 % dan tahun 2000 ke tahun 2001 naik sebesar

Rp. 59.737.150 atau 24,97 %. Kebijakan penjualan kredit mengakibatkan kecenderungan naiknya penjualan dengan piutang.

3.1.4 Meningkatnya volume penjualan

Meningkatnya volume penjualan utamanya penjualan secara kredit merupakan salah satu sebab masalah timbul. Perusahaan yang menjual produknya dengan kredit harus menyisihkan sebagian modalnya untuk piutang. Penjualan produk secara kredit memang dapat meningkatkan volume penjualan, tetapi kalau peningkatan volume penjualan tidak seimbang atau tidak proporsional maka akan menimbulkan terikatnya modal kerja pada piutang.

Meningkatnya volume penjualan secara kredit dan meningkatnya piutang dagang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 21. Perbandingan Penjualan Kredit dengan Piutang UD. Sayu Wiwit Banyuwangi (dalam rupiah)

Tahun	Penjualan Kredit	Piutang	%
1999	95.137.500	19.750.00	20,76 %
2000	227.923.250	28.900.000	12,67 %
2001	304.845.750	39.735.350	13,03 %

Sumber Data : Laporan Keuangan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi 2002

Pada tahun 1999 perbandingan penjualan kredit dengan piutang sebesar 20,76 %, tahun 2000 perbandingan penjualan kredit dengan piutang sebesar 12,67 % dan pada tahun 2001 perbandingan penjualan kredit dengan piutang sebesar 13,03 %. Kebijakan penjualan kredit mengakibatkan kecenderungan meningkatnya prosentase perbandingan penjualan kredit dengan piutang.

a. Perusahaan tidak memotong kepada debitur

Untuk mempercepat pengumpulan piutang perusahaan dapat memberikan potongan kepada langganan. Dengan memberikan potongan berarti disamping memberikan rangsangan agar debitur tersebut membayar

kewajibannya dalam waktu yang lebih cepat, juga akan menarik para calon langganan yang ingin memperoleh potongan. Namun bagi UD. Sayu Wiwit Banyuwangi hal ini belum dilaksanakan, sehingga terdapat sejumlah aktiva yang mengendap pada piutang.

Banyaknya piutang pada setiap akhir periode menunjukkan kurang efektif kebijaksanaan yang berhubungan dengan pengumpulan piutang karena itu pimpinan perlu meninjau kembali kebijaksanaan pembayaran yang menetapkan bahwa pembayaran dilakukan dalam waktu 30 hari yang berarti perputaran dalam satu tahun 12 kali. Karena terjadi keterlambatan dalam pembayaran piutang, perputaran piutang kurang dari yang telah ditetapkan perusahaan. Demikian juga bila dikaitkan dengan umur rata-rata piutang, kenyataannya melebihi dari apa yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

b. Kurang selektif terhadap langganan dalam memberikan piutang

UD. Sayu Wiwit Banyuwangi selama ini kurang selektif terhadap penilaian langganan yang baru maupun yang lama dalam memberikan piutang karena terdorong untuk cepat memasarkan produk-produknya. Tindakan perusahaan ini tidak menguntungkan perusahaan apabila dalam memberikan piutang terbentur pada langganan yang tidak dapat membayar tepat pada waktunya dengan berbagai alasan untuk menunda pembayarannya, sehingga akan merugikan perusahaan.

3.1.5 Akibat Kebijakan Piutang

Akibat-akibat kebijakan piutang yang diterapkan pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi adalah sebagai berikut :

a. Semakin besar modal yang tertanam dalam piutang

Proses pengumpulan piutang yang lambat atau tidak sesuai dengan ketentuan perusahaan akan mengakibatkan terikatnya modal kerja pada piutang. Terikatnya modal pada piutang akan berpengaruh pada kelancaran produksi. Kecenderungan bertambahnya piutang dagang adalah sebagai berikut :

- Piutang dagang tahun 1999 sebesar Rp. 19.750.000

- Piutang dagang tahun 2000 sebesar Rp. 28.900.000

- Piutang dagang tahun 2001 sebesar Rp. 39.735.350

Tahun 1999 ke tahun 2000 piutang naik sebesar Rp. 9.150.000 atau 46,33% dan tahun 2000 ke tahun 2001 piutang naik sebesar Rp. 10.835.350 atau 37,5 %. Dari angka-angka tersebut jelas semakin besar modal yang tertanam dalam piutang.

b. Meningkatnya jumlah hutang jangka panjang

Semakin besar modal yang tertanam dalam piutang maka banyak modal yang berubah menjadi tagihan karena belum terbayar. Untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan maka perusahaan menambah hutang jangka panjang. Kecenderungan meningkatnya hutang jangka panjang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 22. Perbandingan Hutang Jangka Panjang dengan Aktiva pada UD. Sayu Wiwit Banyuwangi (dalam rupiah)

Tahun	Hutang Jangka Panjang	Aktiva	%
1999	30.000.000	127.070.200	23,60 %
2000	60.000.000	128.557.000	46,67%
2001	75.000.000	141.975.650	52,83 %

Sumber Data : Laporan Keuangan UD. Sayu Wiwit Banyuwangi 2002

Pada tahun 1999 perbandingan hutang jangka panjang dengan aktiva sebesar 23,60 %, tahun 2000 perbandingan hutang jangka panjang dengan aktiva sebesar 46,67 % dan tahun 2001 perbandingan hutang jangka panjang dengan aktiva meningkat sebesar 52,83%.

c. Hilangnya kesempatan mendapat keuntungan

Modal kerja yang tertanam dalam piutang besar dimana diikuti lambatnya penerimaan piutang mengakibatkan hilangnya kesempatan mendapat keuntungan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :