

ANALISIS UMUR PIUTANG USAHA PADA
CV. DHARMAVATTARA DI SURABAYA

SKRIPSI



OLEH:

HERACLINA KRISTAFERA WONGA

0622004

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2015

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

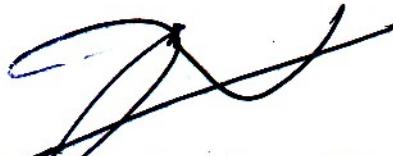


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Heraclina Kristafera Wonga
NPM : 0622004
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Umur Piutang Usaha Pada
CV. Dharmavattara di Surabaya

Pembimbing I

Tanggal : 13 / 03 / 2015



(Drs. Ec. Soedjono Rono, MM)

Mengetahui:

Ketua Jurusan:

Tanggal : 16 / 03 / 2015



(Dra. Jeanne A. W., Msi., Ak)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang di tulis oleh Heraclina Kristafera Wonga

Dengan NPM (0622004)

Telah diuji pada 20 / Maret / 2015

Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji



(Dr. Misrin Harijadi, MM)

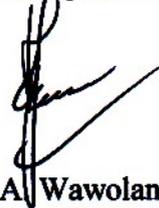
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dra. Maria Widyastuti, MM)

Ketua Program Studi,



(Dra. Jeanne A. Wawolangi, MSi, Ak)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Heraclina Kristafera Wonga
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Akuntansi
Alamat asli : Lego, RT 002 - Natanage Timur – Boawae
No Identitas : 5316035103870002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“ Analisis Umur Piutang Usaha Pada CV. Dharmavattara di Surabaya”.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 19 Maret 2015.



(Heraclina Kristafera Wonga)

ABSTRAK

Oleh:

Heraclina Kristafera Wonga

Tujuan utama berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal. Peningkatan laba dapat dilakukan apabila terjadi peningkatan penjualan. Penjualan kredit akan menimbulkan adanya piutang yang harus dibayar pihak debitur kepada kreditur. Piutang merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, bahkan sering disebut sebagai nafas perusahaan. Peningkatan piutang biasanya diikuti oleh peningkatan piutang yang tidak tertagih. Jika tidak ada penanganan piutang yang baik maka akan sangat berbahaya ketika sesuatu yang tidak diinginkan terjadi seperti adanya piutang yang tidak dapat tertagih, menumpuknya jumlah piutang dikarenakan tempo pembayaran yang tidak terkendali dan resiko yang terbesar adalah hingga bangkrutnya perusahaan karena cash flow perusahaan yang tidak mampu menutup hutang-hutang perusahaan. Kerugian yang timbul dari piutang tak tertagih ini diakui sebagai kerugian piutang. Kerugian piutang akan sangat berpengaruh pada laba operasional perusahaan. Dimana semakin besar biaya yang disisihkan untuk kerugian piutang tidak tertagih maka semakin sedikit laba operasional yang didapatkan sementara ekspektasi perusahaan adalah mencari laba sebanyak banyaknya.

Penelitian ini berbentuk deskriptif, karena membandingkan teori yang ada dengan praktek pada perusahaan, dengan menampilkan data yang diperlukan sehingga dapat ditarik kesimpulan serta pemberian saran yang baik bagi CV. Dharmavattara. Penelitian bersifat kualitatif sedangkan data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu berupa angka.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengendalian piutang dengan menggunakan daftar umur piutang tanpa melakukan analisis umur piutang schedule tidak dapat membantu secara efektif bagi keuangan perusahaan. Maka penulis menyarankan harus menggunakan analisa umur piutang agar dapat menganalisa secara cepat total piutang per pelanggan berdasarkan umur piutang

Kata kunci: Piutang, Analisis Umur Piutang



ABSTRACT

By :

Heraclina Kristafera Wonga

The main goal of a company is to gain maximum profit. Increase in profit can be made in the event of an increase in sales. Credit sale will give rise to the existence of accounts receivable owed the debtor to the creditor. Accounts receivable is crucial to the survival of the company, in fact often referred to as the breath of the company. Increase in receivables is usually followed by increased accounts receivable that are not collectible. If there is no handling of account receivable is good it will be very dangerous when something undesirable happens to like the debts that could not be collectible receivables amount due to the pile, tempo payments that uncontrolled and the biggest risk was to the downfall of the company because the company's cash flow is unable to cover the debts of the company. Losses arising from receivables not collectible is recognized as loss on accounts receivable. Loss receivables will considerably affect the operating profit of the company. Where is the greater the costs set aside for unbilled receivables losses then the less the operating profit achieved while the company is looking for profit expectations as much as – number

This research is descriptive, because it compares the existing things with practices in companies, by showing the necessary data so that inferences can be drawn as well as the giving of advice is good for the CV Dharmavattara. The research is qualitative while the data used is quantitative data that is in the form of numbers.

Results of the study concluded that the accounts receivable control by using the Receivables Aging list without doing the analysis of aged accounts receivable (aging schedule) can not help effectively for financial companies. Then the author suggests to use analysis of aged accounts receivable to be able to quickly analyze the total receivable per customer based on aged receivables

Keyword: accounts receivable, Aging Schedule



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kurnia-Nya sehingga saya menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Analisis Umur Piutang Usaha Pada CV. Dharmavattara di Surabaya". Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Bapak Dr. Ec. Soedjono Rono, MM selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Jeanne A. Wawolangi, Msi, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Maria Widyastuti, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
5. Bapak Bonefasius Mena dan Ibu Monica Senaubeserta seluruh keluarga tercinta yang telah mendoakan dan memberikan motivasi baik secara





material maupun spiritual.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
7. Pimpinan dan Karyawan CV. Dharmavattara tempat penulis melaksanakan penelitian. Terima kasih atas waktu yang telah disediakan dan data serta penjelasan yang diberikan.
8. Segenap Staf Bagian Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
9. Sahabat dan keluarga tercinta yang sudah memberikan banyak dukungan.
10. Terima kasih untuk:
 - a. Dorje, Maitry, dan ade Tara untuk semua dukungan yang sudah diberikan selama penulisan skripsi ini, terimakasih Guru untuk semua nasihat, ketulusan dan cinta yang sudah diberikan. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa kemarahan dan solusi yang selalub diberikan. Untuk semua perhatian dan kecemasan yang Mami berikan kalau telat pulang. Untuk semangat dan cinta yang selalu Ade Tara berikan..Terimakasih Guru Cilik. Love you so much,
 - b. Kakak Satya, Riyana dan Ela untuk semangat, dukungan dan cinta yang sudah kalian berikan. Kalian adalah saudara terbaik untuk saya. Maaf kalau sering buat kalian marah.
 - c. Baskara untuk semua perhatian dan dukungan selama beberapa bulan ini. Maaf sering merepotkan.
 - d. Siska dan Mega, kegalauan kita selama ini terbayar sudah Beb. Meg semangat biar kita bisa suda sama-sama.



e. Suster, Yulius, Nick dan Nike untuk semua cerita lucu kalian yang sangat menghibur saat lagi stress hadapi revisi.

11. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa, motivasi dan bantuannya.

Akhirnya lewat skripsi ini, penulis ingin menyumbang seuil pengetahuan yang sekiranya dapat memberikan sebuah warna yang berbeda dalam menjawab tantangan zaman. Dan setidaknya penulis bangga jika pada akhirnya skripsi ini dapat menjadi acuan dalam membuat skripsi yang lebih sempurna lagi. Dan terakhir, apa yang penulis telah lalui bukanlah sebuah akhirian tetapi awal dari munculnya tantangan yang lebih nyata

Surabaya, 19 Maret 2015

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	iii v
ABSTRAK	ix.
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Praktis.....	4
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Piutang	6
2.1.1.1 Pengertian Piutang.....	6
2.1.1.2 Klasifikasi Piutang.....	7
2.1.1.3 Bentuk Piutang	9
2.1.1.4 Pengelompokkan Piutang.....	10
2.1.1.5 Pengakuan Piutang Usaha.....	10





2.1.1.6	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Piutang Tak Tertagih.....	11
2.1.1.7	Resiko Kerugian Piutang.....	14
2.1.2	Penjualan Kredit.....	16
2.1.2.1	Defenisi Penjualan Kredit.....	16
2.1.2.1	Fungsi Yang Terkait Penjualan Kredit.....	17
2.1.2.3	Informasi Yang Diperlukan Manajemen....	19
2.1.2.4	Dokumen Yang Digunakan	20
2.1.2.5	Manfaat Penjualan Kredit.....	20
2.1.2.6	Persyaratan Kredit.....	21
2.1.2.7	Evaluasi Terhadap Pelanggan.....	22
2.1.3	Prosedur Penagihan Piutang	24
2.1.4	Analisa Umur Piutang (Aging Schedule)	25
2.1.4.1	Pengertian Analisa Umur Piutang	25
2.1.4.2	Cara Menggunakan Analisa Umur Piutang	26
2.1.4.3	Penilaian Piutang Usaha	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.2.1	Penelitian Yang dilakukan Ira Farida	32
2.2.2	Penelitian Yang Dilakukan Emilya Sari Leksmana	34
2.3	Kerangka Berpikir.....	36
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Obyek Penelitian.....	37
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data	38



3.4	Defenisi Operasional.....	39
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2	Struktur Organisasi	43
4.1.3	Job Description	44
4.2	Deskripsi Data.....	46
4.3	Pembahasan.....	53
4.3.1	Penyebab Timbulnya Masalah.....	53
4.3.2	Akibat Dari Masalah.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Saran.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Contoh Daftar Umur Piutang	26
	Laporan Neraca Sebelum Pencadangan.....	47
	Laporan Laba Rugi Sebelum Pencadangan.....	48
Tabel 4.1	Daftar Umur Piutang Desember.....	49
Tabel 4.2	Daftar Umur Piutang Januari.....	50
Tabel 4.3	Daftar Umur Piutang Februari.....	51
Tabel 4.4	Daftar Umur Piutang Maret.....	52
Tabel 4.5	Daftar Perbandingan Umur Piutang Per Bulan	53
Tabel 4.6	Taksiran Kerugian Piutang Desember.....	56
Table 4.7	Taksiran Kerugian Piutang Januari	56
Tabel 4.8	Taksiran Kerugian Piutang Februari	56
Tabel 4.9	Taksiran Kerugian Piutang Maret.....	57
	Laporan Neraca Setelah Pencadangan.....	59
	Laporan Laba Rugi Setelah Pencadangan.....	60
	Perbandingan Neraca Sebelum dan Sesudah Pencadangan.....	62
	Perbandingan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah Pencadangan.....	63





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan utama berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal. Peningkatan laba dapat dilakukan apabila terjadi peningkatan penjualan. Semakin tinggi volume penjualan, maka semakin besar pula laba yang diperoleh. Penjualan merupakan unsur utama dalam memperbesar laba disamping unsur yang lainnya seperti pendapatan sewa, pendapatan bunga dan lain sebagainya. Berbagai jenis perusahaan baik di sektor industri, jasa, pertanian, perhotelan, distributor maupun perdagangan akan melakukan peningkatan penjualan apabila menginginkan laba yang maksimal.

Salah satu fasilitas yang ditawarkan oleh dunia usaha dalam memasarkan produk yaitu penjualan secara kredit. Dimana penjualan kredit melibatkan dua pihak yaitu pihak kreditur dan pihak debitur. Hal ini dimaksudkan untuk merangsang konsumen agar mau membeli barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Penjualan kredit akan menimbulkan adanya piutang yang harus dibayar pihak debitur kepada kreditur. Piutang merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, bahkan sering disebut sebagai nafas perusahaan. Jika tidak ada penanganan piutang yang baik maka akan sangat berbahaya ketika sesuatu yang tidak diinginkan terjadi seperti adanya piutang yang tidak dapat tertagih, menumpuknya jumlah piutang dikarenakan tempo pembayaran yang tidak terkendali dan resiko yang terbesar adalah hingga



bangkrutnya perusahaan karena *cash flow* perusahaan yang tidak mampu menutup hutang – hutang perusahaan. Oleh karena itu, piutang perusahaan merupakan faktor penting dalam seluruh aktivitas perusahaan.

Sebuah perusahaan dagangan melakukan hal yang sama yaitu melakukan penjualan secara kredit agar produk yang dihasilkan perusahaan tersebut dapat laku terjual dan dikenal dipasaran. Tetapi untuk melakukan hal seperti ini membutuhkan perencanaan dan strategi yang matang serta resiko yang akan timbul karena adanya piutang tersebut. Piutang merupakan salah satu aktiva lancar yang tercantum dalam neraca. Di dalam piutang tertanam sejumlah investasi perusahaan yang tidak dapat pada aktivitas dan cer lainnya. Untuk itu pengelolaan piutang memerlukan perencanaan yang matang, mulai dari penjualan kredit yang menimbulkan piutang sampai menjadi kas. Investasi yang terlalu besar dalam piutang bias menimbulkan kecil atau lambat nya perputaran modal kerja, sehingga semakin kecil pula kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Akibatnya, semakin kecil kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba.

Peningkatan piutang biasanya diikuti oleh peningkatan piutang yang tidak tertagih. Jika hal seperti ini terjadi maka perlu perhatian lebih dari perusahaan. Untuk itu sebelum perusahaan memutuskan melakukan penjualan kredit, maka terlebih dahulu diperhitungkan mengenai jumlah dana yang diinvestasikan dalam piutang, syarat penjualan dan pembayaran yang diinginkan, kemungkinan kerugian piutang (piutang tak tertagih) dan biaya – biaya yang akan timbul dalam menangani piutang.



Kerugian yang timbul dari piutang tak tertagih ini diakui sebagai kerugian piutang. Kerugian piutang akan sangat berpengaruh pada laba operasional perusahaan. Dimana semakin besar biaya yang disisihkan untuk kerugian piutang tidak tertagih maka semakin sedikit laba operasional yang didapatkan sementara ekspektasi perusahaan adalah mencari laba sebanyak-banyaknya. Karena dipandang dari berbagai macam aspek, laba yang tinggi akan memberikan keuntungan yang besar untuk perusahaan dan pegawainya.

Dalam tulisan ini akan dibahas mengenai analisis umur piutang usaha pada CV. Dharmavattara, dimana CV. Dharmavattara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi (penjual baju seragam sekolah dan seragam olahraga). Dengan semakin banyak berdirinya sekolah-sekolah maka pemesanan seragam meningkat setiap tahunnya seiring dengan peningkatan resiko yang harus dihadapi perusahaan, dimana tidak semua pelanggan CV. Dharmavattara berasal dari Surabaya tetapi berasal dari luar kota bahkan hingga luar pulau. Dalam penulisan ini, akan dijabarkan analisis umur piutang di perusahaan ini yang mana sedikit berbeda dengan perusahaan dagang lainnya. Hal ini terjadi karena pihak manajemen tidak memperhatikan posisi saldo piutang sehingga menyulitkan perencanaan keuangan.

Dengan adanya penjelasan permasalahan di atas penulis tertarik menulis penelitian dengan judul "Analisis Umur Piutang Usaha pada CV. Dharmavattara di Surabaya".



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perlu kiranya dirumuskan suatu permasalahan yang juga merupakan bagian yang dapat memperjelas pelaksanaan penelitian.

Adapun rumus masalah dari penelitian ini adalah :

“Bagaimana cara Menganalisis Mur Piutang Usaha pada CV. Dharmavattara Surabaya”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara menganalisis mur piutang di CV. Dharmavattara di Surabaya .

1.4. Manfaat Penelitian

Didalam sebuah penelitian sudah selayaknya mempunyai manfaat yang ingin dicapai, demikian pula halnya dengan penulisan skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis dan teoritis.

1.4.1. Manfaat Praktis :

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menerapkan prosedur penanganan piutang.



2. Sebagai informasi bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan manajemen piutang pada masa yang akan datang.
3. Bagi perusahaan lain sebagai bahan evaluasi dalam pengendalian piutang.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi peneliti – peneliti lain di bidang yang berkaitan di masa yang akan datang.
2. Bagi penulis, sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai prosedur penanganan piutang

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah tentang daftar umur piutang pada CV. Dharmavattara.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Piutang

Penerapan sistem penjualan secara kredit yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu usaha perusahaan ~~dalam~~ untuk meningkatkan volume penjualan. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang, sehingga dengan kata lain piutang timbul karena perusahaan menerapkan sistem penjualan ~~secara~~ kredit. Menurut Yusuf (2005:52) piutang merupakan hak untuk menagih sejumlah uang dari penjual kepada pembeli yang timbul karena adanya suatu transaksi.

Sedangkan Akbar (2004:199) menyatakan bahwa piutang meliputi semua hak atau claim perusahaan pada organisasi lain untuk menerima sejumlah ~~kas~~, barang, atau jasa dimasa yang akan datang sebagai akibat kejadian pada masa lalu.

Menurut Munandar (2006:77) yang dimaksud dengan piutang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan diminta pembayarannya bilamana telah sampai ~~jatuh~~ tempo. Sementara Baridwan (2004:124) pengertian piutang menunjuk piutang yang timbul dari penjualan barang-barang atau jasa ~~yang~~ dihasilkan perusahaan atau dengan kata



lain piutang sebagai usaha normal perusahaan dalam penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara kredit.

Dari semua defenisi yang telah diungkapkan diatas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan piutang adalah semua tagihan atau tuntutan kepada pihak lain sebagai akibat adanya transaksi pada masa lalu dalam bentuk uang atau barang karena adanya pembelian kredit.

Adapun tujuan perusahaan melakukan penjualan secara kredit menurut Margaretha (2005:129) adalah untuk :

1. Meningkatkan penjualan.
2. Meningkatkan laba.
3. Menghadapi persaingan.

Dari penjualan kredit ini, tidak menutup kemungkinan bahwa suatu perusahaan harus menanggung biaya kredit, antara lain: kerugian atas terjadinya piutang macet, biaya penelitian, dan biaya modal yang tertanam dalam piutang itu sendiri.

2.1.1.2. Klasifikasi Piutang

Piutang merupakan aktiva lancar yang dapat dikonversi menjadi kas dalam waktu satu tahun atau satu periode akuntansi. Piutang pada umumnya timbul dari hasil usaha pokok perusahaan, tetapi piutang juga dapat timbul dari usaha lain di luar kegiatan utama perusahaan.



Yusuf mengklasifikasikan piutang ke dalam tiga kategori yaitu piutang dagang, piutang wesel dan piutang lain :

1. Piutang Dagang

Piutang dagang adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli kepada perusahaan. Piutang dagang umumnya berjangka waktu kurang dari satu tahun. Oleh karena itu, piutang dagang dalam neraca dilaporkan sebagai aktiva lancar. Piutang dagang harus dibedakan dari piutang wesel atau piutang pendapatan (pendapatan yang masih akan diterima) dan dari aktiva lain yang ~~tidak~~ timbul dari penjualan sehari-hari, karena piutang dagang berkaitan erat dengan operasi perusahaan yang utama. Piutang dagang harus dapat ditagih dalam jangka waktu normal yang tercermin dalam termin penjualan yang ditetapkan perusahaan. Apabila perusahaan menetapkan termin penjualan $Q/1$ n/30, maka piutang yang timbul diharapkan akan dapat diterima dalam jangka waktu paling lama 30 hari sejak penjualan terjadi.

2. Piutang Wesel

Piutang Wesel lebih formal bila dibandingkan dengan piutang dagang. Jangka waktu wesel bisa bermacam-macam tetapi ~~pada~~ umumnya paling sedikit 60 hari. Surat wesel yang dipegang kreditur menjadi tanda bukti adanya piutang wesel. Berbeda dengan piutang dagang, piutang wesel bisa juga timbul karena transaksi peminjaman uang, dimana debitur (peminjam) membuat surat janji untuk membayar pinjamannya beberapa waktu di masa yang akan datang. Piutang



wesel yang berjangka waktu satu tahun atau kurang dilaporkan dalam neraca sebagai aktiva lancar, tetapi bila jangka waktunya melebihi satu tahun, maka diperlakukan sebagai piutang jangka panjang.

3. Piutang Lain-lain

Piutang lain-lain terdiri atas macam-macam tagihan yang tidak termasuk dalam piutang dagang maupun piutang wesel. Piutang wesel termasuk di dalamnya piutang kepada karyawan perusahaan, direksi perusahaan, dan piutang kepada cabang-cabang perusahaan.

2.1.1.3 Bentuk Piutang

Berdasarkan bentuknya, menurut Sulistiawan (2006:79) bentuk piutang dibagi menjadi :

1. Piutang tanpa janji tertulis

Piutang ini hanya berdasarkan kepercayaan antara pemberi piutang (penjual) kepada penerima piutang (pembeli). Dasar penagihan piutang hanya berdasarkan bukti transaksi berupa faktur penjualan.

2. Piutang dengan janji tertulis

Piutang dengan janji tertulis disebut juga piutang wesel (promissory note) Piutang wesel muncul dari hasil penjualan barang dan jasa yang disertai dengan janji tertulis. Piutang wesel memiliki kekuatan hukum karena disertai dengan perjanjian tertulis dari debitur untuk membayar sejumlah uang tertentu pada waktu yang telah ditentukan.



2.1.1.4 Pengelompokan Piutang

Pengelompokan piutang dilihat dari sudut pandang jatuh temponya menurut Sulistiawan (2006:80) dapat diklasifikasikan menjadi :

1. Piutang jangka pendek

Piutang jangka pendek adalah piutang yang jatuh tempo kurang dari satu periode akuntansi atau siklus operasional normal.

2. Piutang jangka panjang

Piutang jangka panjang adalah piutang yang jatuh temponya tidak termasuk dalam jangka pendek, memiliki periode lebih dari satu periode akuntansi atau siklus operasional normal.

2.1.1.5 Pengakuan Piutang Usaha

Piutang usaha terjadi ketika perusahaan melakukan penjualan, namun belum menerima kas sebagai hasil penjualannya. Dalam transaksi bisnis yang berlaku umum, penjualan biasanya menawarkan adanya potongan tunai (discount) atas barang yang dijual guna mendapatkan pembayaran yang lebih cepat dari pelanggan. Waktu atau termin pembayaran dinyatakan dalam pernyataan tertentu, misalnya 5/10, n/30. Maksudnya adalah penjual akan memberikan potongan penjualan kepada pembeli sebesar 5% jika pembayaran dilakukan kurang dari 10 hari sejak tanggal transaksi dengan masa jatuh tempo 30 hari sejak tanggal transaksi. Perusahaan dapat memilih alternatif pencatatan diskon dengan menggunakan metode **gross** (method)



Pada metode bersih perusahaan mencatat piutang usaha senilai harga penjualan dikurangi dengan diskon yang disepakati. Hal ini dilakukan dengan asumsi pelanggan akan membayar dalam periode diskon. Sedangkan pada metode bruto, perusahaan mencatat diskon ketika pembayaran tersebut benar – benar telah terjadi pada periode diskon. Dalam pengakuan piutang, selain diskon secara tunai (cash discount), terdapat pula diskon yang nilainya langsung dipotongkan pada harga jual (trade discount). Diskon ini ditawarkan pada pembeli agar persediaan perusahaan cepat habis, jadi dasar pertimbangannya akan meningkatkan volume penjualan. Secara akuntansi, penjualan dengan cara seperti ini dicatat sebesar harga jual dikurangi diskon (Feliana, 2006).

2.1.1.6 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Piutang Tidak Tertagih

Piutang mempunyai tingkat likuiditas yang lebih tinggi dibandingkan inventori karena perputaran dari piutang ke kas membutuhkan satu langkah saja. Piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit. Hal utama dalam piutang adalah hal utama dalam piutang adalah pengendalian jumlah piutang, pengendalian pemberian dan pengumpulan piutang serta evaluasi terhadap kredit yang dijalankan perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang dikemukakan Margaretha (2005:129) sebagai berikut :



1. Volume Penjualan Kredit

Semakin besar proposi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar investasi piutang. Sehingga dengan semakin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berate perusahaan tersebut harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Dengan makin bertambahnya jumlah piutang berarti makin besarnya resiko yang ada tetap bersamaan dengan itu berarti nilai “profitability” -nya semakin membesar.

2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit bisa bersifat ketat dan lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Di Negara Anglosax, syarat pembayaran penjualan kredit biasanya dinyatakan dalam term tertentu, misalnya: 2/10/net30. Ini berarti bahwa apabila pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari sesudah waktu penyerahan barang, si pembeli akan mendapat potongan tunai (cash discount) sebesar 2% dari harga jual, dan pembayaran dapat dilakukan selambat-lambatnya dalam tempo 30 hari sesudah waktu penyerahan barang. Semakin panjang batas waktu pembayaran semakin besar jumlah investasi dalam piutang.



3. Ketentuan tentang Pembatasan Kredit

Dalam penjualan kredit suatu perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para pelanggan. Semakin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing pelanggan berarti semakin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian juga dengan ketentuan mengenai siapa yang dapat diberikan kemudahan kredit. Semakin selektif para pelanggan yang diberi kemudahan kredit akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian maka, pembatasan disini bersifat baik kuantitatif maupun kualitatif.

4. Kebijakan Dalam Menggumpulkan Piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebiasaan secara pasif.

5. Kebijaksanaan Dalam Membayar Para Pelanggan

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan membayar dengan menggunakan kesempatan *cash discount*, dan ada juga sebagian lain yang tidak memakai kesempatan itu. Perbedaan pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian para pembeli dalam



memilih mana yang lebih menguntungkan dari kedua alternative tersebut.

Apabila perusahaan telah menetapkan syarat pembayaran 2/10/net30, maka para pelanggan akan dihadapkan pada 2 alternatif , yaitu apakah para pelanggan akan membayar pada hari ke 10 atau pada hari ke 30 sesudah barang diterima. [1] Alternatif pertama ialah apabila para pelanggan akan membayar pada hari ke 10, maka hal berarti para pelanggan mampu membiayai pembeliannya sepenuhnya dengan kredit penjualan. [2] Alternatif kedua adalah apabila para pelanggan membayar pada hari ke 30 dengan mendapatkan cash discount sebesar 2 %. Pada umumnya para pelanggan lebih memilih pembayaran pada hari ke-10 karena mendapatkan cash discount, dengan meminjamkan uang ke bank yang secara umum ditawarkan dengan tingkat bunga yang lebih rendah. Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam discount period atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar pelanggan membayar selama discount period, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas, dan ini berarti semakin kecil investasi dalam piutang.

2.1.1.7 Resiko Kerugian Piutang

Resiko akan selalu ada dalam setiap usaha yang dikerjakan dan hal ini tidak bisa dihindari. Resiko hanya bisa dihindari dalam waktu yang wajar. Resiko kerugian piutang adalah resiko yang timbul karena adanya transaksi



penjualan secara kredit. Resiko yang mungkin akan timbul dari piutang adalah sebagai berikut:

1. Resiko tidak terbayarnya seluruh piutang.

Resiko ini terjadi jika jumlah piutang tidak dapat direalisasikan sama sekali. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya karena seleksi yang kurang baik dalam memilih langganan sehingga perusahaan memberikan kredit kepada langganan yang tidak potensial dalam membayar tagihan, juga dapat terjadi adanya stabilitas ekonomi dan kondisi negara yang tidak menentu sehingga piutang tidak dapat dikembalikan.

2. Resiko tidak terbayarnya sebagian dari piutang.

Hal ini akan mengurangi pendapatan perusahaan, bahkan bisa menimbulkan kerugian bila jumlah piutang yang diterima kurang dari harga pokok barang yang dijual secara kredit.

3. Resiko keterlambatan dalam pengumpulan piutang.

Hal ini akan menimbulkan adanya tambahan dana atau untuk biaya penagihan. Tambahan dana ini akan menimbulkan biaya yang lebih besar apabila harus dibelanjai oleh pinjaman.

4. Resiko tertanamnya modal dalam piutang.

Resiko ini terjadi karena adanya tingkat perputaran piutang rendah sehingga akan mengakibatkan jumlah modal kerja yang



tertanam dalam piutang semakin besar dan hal ini bisa mengakibatkan adanya modal kerja yang tidak produktif.

2.1.2. Penjualan Kredit

2.1.2.1. Defenisi Penjualan Kredit

Kegiatan penjualan terdiri dari penjualan barang dan jasa, baik secara kredit maupun tunai. Kegiatan penjualan secara tunai ini ditangani oleh perusahaan melalui sistem penjualan kredit. Penjualan kredit dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan pesanan dari pembeli dan dalam jangka waktu tertentu perusahaan memberikan tagihan kepada pembeli atau yang biasa disebut piutang.

Menurut Wibowo (2002:53) penjualan kredit adalah penjualan barang dagangan dengan kesepakatan antara pembeli dan penjual saat transaksi yaitu pembayaran akan dilakukan pada waktu akan datang.

Adapun menurut Harmon(2009:38) Penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan dengan perjanjian dimana pembayarannya dilaksanakan secara bertahap yaitu:

1. Pada saat barang diserahkan kepada pembeli, penjual menerima pembayaran pertama dari harga penjualan (diberikan down payment).
2. Sistem pembayarannya dilakukan dalam beberapa kali angsuran



Penjualan kredit memungkinkan perusahaan menambah volume penjualan dengan memberi kesempatan kepada pembeli membelanjakan sekarang penghasilan yang akan diterima dimasa yang akan datang. Piutang dagang timbul karena adanya penjualan ~~sekarang~~ kredit. Syarat penjualan lebih menarik pembeli karena pembayarannya bisa dilakukan beberapa waktu kemudian. Namun apabila ditinjau dari segi perusahaan yang memberi kredit syarat demikian mengandung resiko walaupun dipihak lain volume penjualan mungkin dapat ditingkatkan. Untuk memperkecil resiko tersebut maka perusahaan diharapkan mampu menganalisis kendala yang kemungkinan dihadapi dengan menggunakan metode yang dikenal dengan 5C, yakni Character (Karakter), Capacity (Kemampuan), Capital (Modal), Colleteral (Jaminan), Condition (Kondisi).

2.1.2.2 Fungsi Yang Terkait Penjualan Kredit.

Fungsi yang terkait dalam sistem penjualan kredit dengan kartu kredit perusahaan adalah :

1. Fungsi Kredit

Fungsi ini bertanggung jawab atas pemberian ~~kartu~~ kepada pelanggan yang terpilih. Fungsi kredit melakukan pengumpulan informasi tentang kemampuan keuangan calon anggota dengan meminta fotocopy rekening koran bank, keterangan gaji atau pendapatan calon anggota dari perusahaan tempat dia bekerja.



2. Fungsi Penjualan.

Fungsi ini bertanggung jawab melayani kebutuhan barang pelanggan. Fungsi penjualan mengisi faktur penjualan kredit untuk memungkinkan fungsi gudang dan fungsi pengiriman melaksanakan penyerahan barang kepada pelanggan.

3. Fungsi Gudang.

Fungsi ini menyediakan barang yang diperlukan oleh pelanggan sesuai dengan yang tercantum dalam tembusan faktur penjualan kartu kredit yang diterima dari fungsi penjualan.

4. Fungsi Pengiriman.

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyerahkan barang yang kuantitas, mutu, dan spesifikasinya sesuai dengan yang tercantum dalam tembusan faktur penjualan kartu kredit yang diterima dari fungsi penjualan. Fungsi ini juga bertanggung jawab untuk memperoleh tanda tangan dari pelanggan di atas faktur penjualan kredit sebagai bukti telah diterimanya barang yang dibeli oleh pelanggan.

5. Fungsi Akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat transaksi bertambahnya piutang kepada pelanggan ke dalam kartu piutang berdasarkan faktur penjualan kartu kredit yang diterima dari fungsi pengiriman.



6. Fungsi Penagihan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk membuat surat tagihan secara periodik kepada pemegang kartu kredit.

2.1.2.3 Informasi Yang Diperlukan Manajemen

Informasi yang umumnya diperlukan oleh manajemen dari kegiatan penjualan kredit adalah:

1. Jumlah pendapatan menurut jenis produk atau sekelompok produk selama jangka waktu tertentu.
2. Jumlah piutang kepada setiap debitur dari transaksi penjualan kredit.
3. Jumlah harga pokok produk yang dijual selama jangka waktu tertentu.
4. Nama dan alamat pembeli
5. Kuitansi produk yang dijual.
6. Nama wiraniaga yang melakukan penjualan.
7. Otoritas pejabat berwenang.

2.1.2.4 Dokumen Yang Digunakan

Menurut Mulyadi (2008:214) dokumen yang digunakan dalam penjualankredit adalah sebagai berikut:

1. Surat Order Pengiriman Dan Tembusannya

Surat order pengiriman merupakan dokumen pokok untuk memproses penjualan kredit kepada pelanggan.



2. Faktur Penjualan dan Tembusan.

Faktur penjualan merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang.

3. Rekapitulasi Harga Pokok Penjualan

Merupakan dokumen pendukung yang digunakan untuk menghitung total harga pokok produk yang dijual selama periode akuntansi.

4. Bukti Memorial

Merupakan dokumen sumber untuk dasar pencatatan kedalam jurnal umum. Dalam sistem penjualan kredit, bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

2.1.2.5 Manfaat Penjualan Kredit

Menurut Adisaputra (2003:37) investasi pada piutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain kenaikan omset penjualan, kenaikan laba bersih, dan bertambahnya market share yang mana memberikan dampak positif bagi persaingan bisnis. Adisaputra (2003:62) mengemukakan manfaat penjualan kredit antara lain :

1. Upaya untuk meningkatkan omset penjualan.
2. Meningkatkan keuntungan.
3. Meningkatkan hubungan dagang antara perusahaan dengan pelanggannya.



4. Manfaat keuntungan berupa selisih bunga modal pinjaman yang harus dibayarkan kepada bank sebagai sumber dana pembelanjaan piutang.

Demikian juga menurut Indriyo (2005:43) mengemukakan keuntungan dari penjualan kredit yaitu: kenaikan hasil penjualan, kenaikan laba persaingan. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis berpendapat bahwa manfaat penjualan kredit antara lain: dapat meningkatkan omset penjualan, meningkatkan keuntungan perusahaan serta dapat meningkatkan hubungan dagang antara pelanggan dan perusahaan.

2.1.2.6 Persyaratan Kredit

Perusahaan yang menjalankan kebijakan penjualan kredit memerlukan pedoman dalam menentukan kepada siapa akan memberikan kredit dan berapa jumlah kredit tersebut. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberlakukan, tetapi juga penetapan standar kredit tersebut dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Standar Kredit

Menurut Syamsudin (2002:256) standar kredit di suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit. Hal-hal seperti: nama baik pelanggan sehubungan dengan kredit, atau pembayaran hutang-hutang dagangnya, baik pada



perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan lain, referensi kredit, rata-rata jangka waktu pembayaran hutang dagang dan beberapa rasio keuangan tertentu dari pelanggan akan dapat memberikan suatu dasar penilaian bagi perusahaan sebelum memberikan atau melakukan penjualan kredit.

2. Syarat kredit (Credit Term)

Syarat kredit adalah ketentuan yang ditetapkan perusahaan terhadap pelanggan untuk membayar utang. Syarat kredit dapat bersifat lunak atau ketat. Bersifat ketat, berarti perusahaan mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan laba. Bersifat lunak, berarti perusahaan melakukan strategi dalam meningkatkan volume penjualan.

2.1.2.7 Evaluasi Terhadap Pelanggan

Sebelum perusahaan memutuskan untuk memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh pelanggan, perlu diadakan evaluasi resiko kredit dari pelanggan tersebut. Untuk menilai resiko kredit, kredit manager harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit tersebut. Pada umumnya, bank atau perusahaan mengadakan penilaian resiko kredit dengan memperhatikan 5C dari calon pelanggan, antara lain :

1. Character

Character menunjukkan kemungkinan atau probabilitas dari perusahaan untuk secara jujur memenuhi kewajiban



kewajibannya. Dimana meneliti dan memperhatikan sifat pribadi, cara hidup dan status sosial dari pemohon kredit. Hal ini sangat penting karena berkaitan dengan kemauan dari perusahaan untuk membayar.

2. Capacity

Capacity ialah pendapat subyektif mengenai kemampuan sebuah perusahaan. Dimana meneliti kemampuan pemohon kredit dalam memperoleh penjualan ataupun pendapatan yang diukur dari penjualan yang dicapai pada masa lalu dan juga keahlian yang dimiliki dalam bidang usahanya.

3. Capital

Diukur dari posisi finansial perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan oleh analisis rasio finansial yang khusus ditekankan pada "tangible net worth" dari perusahaan.

4. Colleteral

Dicerminkan oleh aktiva dari perusahaan yang dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan.

5. Condition's

Menunjukkan 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 perusahaan untuk memenuhi kewajibannya.



Dengan adanya pengawasan diharapkan resiko yang mungkin timbul akibat kesalahan dalam pemberian piutang dapat dicegah.

2.1.3. Prosedur Penagihan Piutang

Penagihan sebaiknya dilakukan oleh petugas yang khusus untuk itu, yang disebut dengan kolektor. Adapun proses penagihan menurut Syamsudin (2002:273-274) adalah :

1. Melalui Surat

Bilamana waktu pembayaran utang dari pelanggan sudah lewat dari beberapa hari tetapi belum melakukan pembayaran maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada " mengingatkan " pelanggan yang belum membayar tersebut bahwa utangnya sudah jatuh tempo. Apabila utang tersebut belum juga dibayar setelah beberapa hari surat dikirimkan maka dapat dikirimkan surat kedua yang nadanya lebih keras.

2. Melalui Telepon

Apabila sudah dikirim surat teguran ternyata utang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelepon langganan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan tersebut ternyata misalnya pelanggan mempunyai alasan yang dapat diterima maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan waktu.

3. Kunjungan Personal



Melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat langganan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha penagihan piutang.

4. Tindakan Yuridis

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

2.1.4 Analisa Umur Piutang (*Aging Schedule*)

2.1.4.1 Pengertian Analisa Umur Piutang

Dalam dasar persentase dari penjualan, manajemen menetapkan suatu hubungan persentase antara jumlah piutang dengan jumlah kerugian akibat adanya piutang yang tidak tertagih. Untuk menganalisis hal tersebut manajemen biasanya menggunakan suatu daftar yang disebut daftar umur piutang. Dalam daftar ini debitor dikelompokkan berdasarkan masa lewat waktu, yaitu jangka waktu sejak piutang tersebut seharusnya diterima hingga tanggal pembuatan daftar umur piutang. Analisis ini disebut Analisis Umur Piutang.

Menurut Margaretha (2011:55) *Aging Schedule* adalah laporan yang menunjukkan umur piutang dengan memberikan persentase pada kelompok piutang yang belum jatuh tempo dan kelompok piutang yang jatuh tempo melewati periode tertentu. Sedangkan menurut Weston (1985:216) *Skedul* (daftar) umur piutang (*aging schedule*) menunjukkan presentase piutang akhir



triwulan menurut kelompok umur piutang. Yang dimaksud kelompok umur adalah jangka waktu lamanya piutang terbuka sejak penjualan.

2.1.4.2 Cara Menggunakan Analisa Umur Piutang

Cara menggunakan metode ini, mula-mula piutang setiap pelanggan dikelompokkan berdasarkan lama umur piutang yang belum dibayar setelah jatuh tempo. Titik tolak penentuan umur piutang adalah bilamana suatu piutang tidak dapat ditagih telah melewati jatuh tempo maka akan terjadi resiko piutang tidak akan dibayar. Makin lama piutang tidak ditagih maka makin besar resiko piutang tersebut tidak terbayar. Dengan adanya umur piutang, maka mengharuskan setiap piutang secara individual akan dianalisis berdasarkan lamanya piutang tersebut tercatat dan belum terbayar.

Table 2.1

Contoh daftar umur piutang

Pelanggan	Saldo	Belum jatuh tempo	1-30	31-60	61-90	Diat as 90
Amri	600		300		200	100
Basri	300	300				
Chaerul	450		200	250		
Dirman	700	500			200	



Erwin	600			300		300
Lain –lainnya	36950	26200	5200	2450	1600	1500
Total	39600	27000	5700	3000	2000	1900
Taksiran persentas tak tertagih		2%	4%	10%	20%	40%
Total	2228	540	228	300	400	760

Sumber : Haryono Yusuf, 2005: Dasar – dasar Akuntansi

Masing –masing pelanggan dikelompokkan berdasarkan umur piutang dan kemudian menentukan besarnya presentase kerugian piutang untuk masing– masing kelompok umur piutang. Skala presentase didasarkan pada pengalaman, presentase ini digunakan untuk mengestimasi jumlah dari piutang tak tertagih dalam tiap kelompoknya. Jumlah piutang dagang di setiap kelompok akan dikalikan persentase perkiraan piutang tak tertagih dalam kelompok tersebut.

Misalkan nilai sisa awal penyisihan piutang tak tertagih besarnya Rp. 1.100 (saldo kredit).

Penyisihan Piutang tak Tertagih

	Sisa sebelum penyesuaian	1.100
--	--------------------------	-------

Dengan metode umur piutang, ayat jurnal penyesuaian dibuat sedemikian rupa sehingga nilai sisa penyisihan tersebut meningkat dari Rp.



1.100 menjadi Rp. 2.228. Jurnal yang dilakukan untuk mengubah penyisihan tersebut adalah:

Desember 31	Beban Piutang tak tertagih	1.128	
	Penyisihan Piutang tak tertagih (2.228 - 1.100)		1.128

Maka nilai sisa penyisihan piutang tak tertagih akan mempengaruhi besarnya penambahan penyisihan tersebut.

Penyisihan Piutang tak Tertagih

	Sisa sebelum penyesuaian	1.100
	Jumlah penyesuaian	2.228
	Sisa setelah penyesuaian	3.328

Ada kemungkinan bahwa penyisihan piutang tak tertagih sebelum disesuaikan, memiliki nilai sisa debit. Hal ini terjadi bila jumlah piutang yang dihapuskan lebih besar dari jumlah penyisihan yang dibuat perusahaan. Misalkan sebelum penyesuaian, nilai sisa penyisihan adalah (1.000) (sisa debit).

Penyisihan Piutang tak Tertagih

Sisa sebelum penyesuaian	1.000	
--------------------------	-------	--

Ayat jurnal penyesuaian yang dibuat

31 Desember Beban piutang tak tertagih (3.328 + 1.000) 4.328



Penyisihan piutang tak tertagih 4.328

Setelah jurnal inidibukukan, maka akun penyisihan piutang tak tertagih akan menjadi :

Penyisihan Piutang tak Tertagih

Sisa sebelum disesuaikan	1.000	Jumlah Penyesuaian	4.328
		Setelah penyesuaian	3.328

Dalam neraca, jumlah cadangan Rp.3.328 akan dikurangkan dari piutang dagang untuk mendapatkan jumlah piutang dagang netto yang akan mencerminkan jumlah piutang yang diharapkan dapat ditagih oleh perusahaan.

2.1.4.3 Penilaian Piutang Usaha

Piutang yang diperkirakan akan tertagih dalam satu tahun atau siklus operasi, tergantung mana yang lebih panjang, diklasifikasikan sebagai lancar; sementara semua piutang lainnya diklasifikasikan sebagai jangka panjang.

Piutang jangka pendek dinilai dan dilaporkan pada nilai realisasi bersih (net realizable value), yakni jumlah bersih yang diperkirakan akan diterima dalam bentuk kas, yang tidak selalu berupa jumlah yang secara resmi merupakan piutang.

Penjualan atas dasar selain penjualan tunai, beresiko menimbulkan kegagalan untuk menagih piutang. Piutang tak tertagih adalah kerugian



dan mengkredit rekening piutang dagang pada saat dihapus dari pembukuan.

2. Metode penghapusan langsung

Dalam penerapan metode ini jumlah kerugian tidak perlu ditaksir dan dalam pembukuan tidak digunakan rekening cadangan kerugian piutang. Apabila suatu piutang diyakini tidak dapat ditagih lagi, maka kerugian akibat piutang tersebut langsung didebetkan kedalam rekening kerugian piutang dan rekening piutang dagang dikreditkan

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Penelitian Yang Dilakukan Oleh Ira Farida (Ukdc :2009) Dengan Judul “ Pengelolaan Piutang Usaha Dalam Meningkatkan Likuiditas Perusahaan Pada PT. Cahaya Angkasa Abadidengan hasil penelitian sebagai berikut :

Melalui aktivitas usaha yang dijalankan oleh setiap perusahaan, pasti menginginkan laba. Dalam memaksimalkan laba, perusahaan mempunyai kebijaksanaan untuk menjual produknya secara kredit sehingga volume penjualan meningkat. Namun dengan meningkatnya ~~upanj~~ kredit maka resiko piutang usaha yang terlambat terbayar pun meningkat. Dengan terlambatnya piutang yang sudah jatuh tempo maka akan berpengaruh



terhadap tingkat likuiditas perusahaan. Sehingga diperlukan suatu pengelolaan piutang usaha dalam meningkatkan likuiditas perusahaan.

Rumusan masalah yang dihadapi PT. Cahaya Angkasa Abadi adalah bagaimana perusahaan menjalankan pengelolaan piutang usaha dalam meningkatkan likuiditasnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan membuat alternative dalam memecahkan masalah pengelolaan piutang usaha dalam meningkatkan likuiditas perusahaan. Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis penelitian deskriptif yang berupa studi kasus dengan obyek penelitian PT. Cahaya Angkasa Abadi jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber datanya adalah sumber data internal perusahaan. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis melalui studi pendahuluan, studi lapangan dan studi kepustakaan.

Setelah melakukan penelitian di PT. Cahaya Angkasa Abadi, penulis mengetahui bahwa piutang usaha sangat berpengaruh pada likuiditas suatu perusahaan, dengan hasil analisis Y Current Rasio pada tahun 2007 sebesar 81% turun menjadi 57% apabila piutang usaha yang diperhitungkan sesuai dengan standar kredit perusahaan. Current Rasio pada tahun 2008 sebesar 85% turun menjadi 43% apabila piutang usaha yang diperhitungkan sesuai dengan standar kredit perusahaan. Quick Rasio pada tahun 2007 sebesar 48% turun menjadi 25% apabila piutang usaha yang diperhitungkan sesuai dengan standar kredit perusahaan. Quick Rasio pada tahun 2008 sebesar 59% turun menjadi 17% apabila piutang usaha yang diperhitungkan sesuai dengan standar kredit perusahaan. Melalui analisis yang dilakukan dapat diketahui adanya penurunan likuiditas apabila piutang usaha dilihat dari piutang usaha



sesuai dengan pembukuan perusahaan dengan piutang usaha sesuai dengan standar jatuh tempo perusahaan melalui aging piutang. Serta dari analisis Ratio dapat diketahui Cash Ratio perusahaan pada tahun 2007 sebesar 2,62% dan pada tahun 2008 sebesar 2,02 % dari hasil ini dapat dilihat adanya penurunan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Maka berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan masih kurang efektif dalam pemberian kredit sehingga akibat dari keterlambatan pembayaran ini berpengaruh pada tingkat likuiditas perusahaan. Penulis memberikan alternative pemecahan masalah tersebut berupa adanya penganalisisan kebijaksanaan manajemen piutang yang sifatnya teratur serta administrasi piutang yang tertib.

Persamaannya:

1. Membahas tentang piutang yang sudah jatuh tempo berdasarkan aging schedule.
2. Metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif.

Perbedaannya

1. Penelitian ini lebih mengacu pada pengelolaan piutang terhadap dalam meningkatkan likuiditasnya.
2. Metode penelitian bersifat kualitatif dengan data kuantitatif.



2.2.2. Penelitian Yang Dilakukan oleh Emilya Sari Leksmana (Ukdc:2011) Dengan Judul "Penerapan Pengendalian Piutang Pada PT. Aneka Glass Abadi di Surabaya" dengan hasil penelitian sebagai berikut:

Kondisi perekonomian sekarang ini sudah sangat maju dan penuh dengan persaingan, untuk menghadapi persaingan setiap perusahaan harus memiliki keunggulan yang dapat ditonjolkan diantara perusahaan lainnya. Salah satu caranya adalah memelihara hubungan timbal balik antara perusahaan dengan pelanggan melalui penjualan secara kredit. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa pentingnya penerapan pengendalian piutang pada PT. Aneka Glass Abadi.

Penelitian ini berbentuk deskriptif, karena membandingkan teori yang ada dengan praktek pada perusahaan, dengan menampilkan data yang diperlukan sehingga dapat ditarik kesimpulan serta pemberian yang baik bagi PT. Aneka Glass Abadi. Analisis data bersifat kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dengan tidak menggunakan pengendalian piutang yang baik khususnya analisa umur piutang maka akan terjadi penumpukan piutang pelanggan sehingga perputaran uang perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik.

Persamaannya :

1. Membahas tentang analisis umur piutang
2. Metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif.



Perbedaannya :

1. Penelitian ini lebih mengacu pada penerapan pengendalian piutang.
2. Obyek penelitian ini pada PT. Aneka Glass Abadi



2.3 Rerangka Berpikir

Sumber: CV. Dharmavattara

