

**PENTINGNYA PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PIUTANG
DAGANG DALAM MENINGKATKAN LABA USAHA**
(Studi kasus Pada PT Central Karya Utama di Bandar Lampung)

**Defrizal
Ricky
Indrayenti**

Abstract

The purpose of this study was to determine the extent to which the company has been carrying out the planning and control of accounts receivable and related to increased corporate profits. Used for data analysis with a qualitative analysis method of comparative analysis or comparison of theory with practice and methods of quantitative analysis by means of the profitability ratio analysis and activity ratios. From the results of research and discussion shows that the rate of turnover of accounts receivable during the period 2004-2008 is always fluctuating, resulting in earnings from year to year, too, is changing.

Keywords : *Planning, Receivable Control, Profit Margin*

LATAR BELAKANG

Pada umumnya didirikan suatu perusahaan adalah untuk mencapai laba atau keuntungan yang layak demi mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Untuk mendapatkan keuntungan yang layak bagi perusahaan maka seorang pimpinan perusahaan harus bekerja keras agar produknya dapat diterima oleh konsumen, karena dunia usaha makin dihadapkan pada tantangan yang tidak mudah. Dalam menghadapi tantangan tersebut pimpinan perlu menyusun suatu perencanaan serta kebijaksanaan untuk memasarkan produknya agar dapat memasuki pasar yang baik. Selain itu perencanaan yang baik terhadap aktiva perusahaan sangat penting. Perencanaan aktiva dapat dilakukan melalui penyusunan anggaran. Anggaran aktiva merupakan rencana operasi perusahaan yang digunakan sebagai dasar untuk proses pengendalian aktiva.

PT Central Karya Utama merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang distribusi penjualan spare part kendaraan bermotor dengan cara kredit. Penjualan kredit yang dilakukan tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang dagang bagi perusahaan. Piutang dagang merupakan elemen modal kerja perusahaan yang selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam perputaran modal kerja, yaitu: kas-persediaan - piutang dagang – kas. Dalam keadaan normal dimana penjualan pada umumnya dilakukan secara kredit, piutang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi daripada persediaan karena perputaran ke kas membutuhkan satu langkah saja. Piutang merupakan salah satu bentuk kekayaan perusahaan dalam kelompok aktiva lancar, dengan demikian piutang memiliki jangka waktu perputaran yang cepat. Piutang dagang merupakan salah satu bentuk investasi modal kerja akan memberikan manfaat tertentu bagi perusahaan, disamping menimbulkan berbagai biaya. Menejemen perusahaan sering dihadapkan pada faktor

eksternal yang tidak bisa dikontrol, sehingga sulit untuk mengambil kebijaksanaan dalam meningkatkan pendapat perusahaan melalui peningkatan penjualan secara kredit yang diberikan kepada pemakai jasa atau konsumen. Perencanaan dan pengendalian piutang dagang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produk secara kredit, karena itulah manajemen sebaiknya mengambil kebijaksanaan dengan memperhatikan faktor-faktor internal yang dapat dikontrol atau dapat dikendalikan yaitu antara lain dengan jalan mempertinggi *turn over* untuk mencapai laba.

Tabel 1
Rencana Penjualan dan Realisasi Penjualan
PT Central Karya Utama – Bandar Lampung Selama Periode 2004 - 2007

Tahun	Rencana Penjualan	Realisasi Penjualan	% Realisasi
2004	Rp 2.625.000.000,-	Rp 2.887.500.000,-	110,00
2005	Rp 2.808.750.000,-	Rp 3.020.903.000,-	107,55
2006	Rp 3.033.375.000,-	Rp 3.183.125.000,-	104,94
2007	Rp 3.336.750.000,-	Rp 3.393.848.000,-	101,71
2008	Rp 3.400.000.000,-	Rp 3.427.786.480,-	100.82

Sumber : PT Central Karya Utama Tahun 2008 (Data Diolah)

Bila dibandingkan antara rencana penjualan dan realisasi penjualan, nampak bahwa perusahaan mampu menjual produknya melebihi target yang diharapkan.

Tabel 2
Tingkat Perputaran Piutang
PT Central Karya Utama Tahun 2004 – 2007
(dalam ribuan)

Keterangan	2004	2005	2006	2007	2008
Penjualan Netto	2.887.500	3.020.903	3.183.125	3.393.848	3.427.786
Piutang Awal Tahun	302.250	360.000	306.900	490.875	327.900
Piutang Akhir Tahun	360.000	306.900	490.875	327.900	310.800
Rata-Rata Piutang	331.125	333.450	398.887,5	409.387,5	319.350
Tingkat Perputaran Piutang	8,72 X	9,06 X	7,98 X	8,29 X	10,73X
Hari Rata-Rata Pengumpulan	41 hari	40 hari	45 hari	43 hari	34 hari

Sumber : PT Central Karya Utama Tahun 2008 (Data Diolah)

Tabel 3
Data Hasil Usaha Bersih
PT Central Karya Utama Tahun 2004 – 2007
(dalam ribuan)

N0	Thn	Penjualan	HPP	Total Biaya	Bunga	Pajak	Laba setelah pajak
1	2004	2.887.500	2.583.301	156.948	58.970	11.515	76.765
2	2005	3.020.903	2.679.215	182.135	57.791	13.273	88.488
3	2006	3.183.125	2.800.713	217.666	66.629	12.798	85.318
4	2007	3.393.848	2.954.494	238.743	65.296	17.649	117.664
5	2008	3.427.786	2.984.038	241.131	65.950	17.825	117.840

Sumber : PT Central Karya Utama Tahun 2008 (Data Diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat perputaran piutang tidak terencana dan terkendali dengan baik, dan juga cukup rendah bila dibandingkan dengan rata-rata perusahaan sejenis yaitu sebanyak 12 X atau rata-rata 30 hari. Sehingga dapat dikatakan bahwa masalah yang dihadapi oleh perusahaan PT Central Karya Utama adalah tidak tercapainya tingkat perputaran piutang ideal, dimana tingkat perputaran piutang yang terjadi sebanyak 9 X setahun.

Pada dasarnya didirikan perusahaan adalah untuk memperoleh laba. Upaya untuk memperoleh keuntungan tersebut selain dari hasil penjualan yang dilakukan, juga tergantung pada usaha perusahaan untuk meminimalkan biaya sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha. Perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pengendalian dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standar, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan dan bila perlu melakukan perbaikan-perbaikan sehingga pelaksanaannya sesuai dengan rencana, yaitu selaras dan standar. Perencanaan dan pengendalian bagi pimpinan perusahaan menyangkut organisasi, teknik dan prosedur, yaitu rencana jangka panjang dan jangka pendek dirumuskan, dipertimbangkan dan disetujui ditetapkan tanggung jawab untuk menyesuaikan diri pada kondisi yang berubah, dilaporkan kemajuan dalam melaksanakan rencana, dianalisis penyimpangan di dalam pelaksanaan kegiatan, dan diambil tindakan korektif yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.

Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotensi

Pengertian Piutang Dagang

Istilah kredit berasal dari bahasa Latin yaitu *credere*, yang berarti kepercayaan. Jadi dasar pemberian kredit adalah kepercayaan. Kata kredit memperoleh pengertian yang lebih luas dalam perkembangan selanjutnya, yang lalu lintas pembayaran atas barang dan jasa dimana salah satu pihak memberikan prestasi kepada pihak lain berupa barang dan jasa dan akan menerima imbalan dikemudian hari. Penjualan barang dan jasa dari perusahaan banyak dilakukan dengan cara kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang dagang.

Menurut sumber terjadinya, piutang digolongkan ke dalam dua kategori, yaitu piutang usaha dan piutang lain-lain. Piutang usaha meliputi piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha perusahaan yang normal. Piutang usaha dan piutang lain-lain yang diharapkan dapat tertagih dalam satu tahun atau siklus usaha yang normal diklasifikasikan sebagai aktiva lancar.

Manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan penjualan kredit adalah:

1. Merupakan upaya untuk meningkatkan omset penjualan. Pembeli yang tidak memiliki tingkat likuiditas tinggi mungkin terdorong melakukan pembelian kredit atau pembelian yang biasanya dalam jumlah kecil akan terdorong untuk membeli lebih banyak dengan ditawarkannya kredit kepada mereka. Dengan demikian kebijakan kredit dapat meningkatkan daya saing perusahaan tersebut.
2. Dengan meningkatnya volume penjualan, maka keuntungan pun diharapkan akan meningkat pula.
3. Dengan adanya hubungan hutang – piutang, maka hubungan dagang antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi lebih erat, sehingga kredit menjamin kelangsungan hubungannya.

4. Pada jenis usaha tertentu, seperti memproduksi rumah murah dan perdagangan kendaraan bermotor, dimana hubungan kredit berjangka lama maka kredit menciptakan keuntungan tambahan bagi penjual. Keuntungan yang diperoleh bukan saja dari hasil menjual lebih banyak, melainkan juga dari selisih bunga modal yang diperhitungkan terhadap pembeli dengan bunga modal pinjaman yang sebenarnya harus dibayarkan pada bank sebagai sumber dana pembelanjaan perusahaan.

Sedangkan biaya-biaya yang ditimbulkan akibat penjualan kredit adalah:

Biaya Modal

Piutang sebagai salah satu bentuk investasi akan menyerap sebagian besar dari modal perusahaan yang tersedia. Bila perusahaan menggunakan modal sendiri seluruhnya, maka dengan adanya piutang, modal yang tersedia untuk investasi bentuk lain (persediaan, aktiva tetap, dan sebagainya) akan berkurang. Biaya administrasi piutang terdiri dari :

- 1) Biaya organisasi atau unit kerja yang disertai tugas mengelola piutang yaitu biaya gaji dan jaminan sosial lainnya bagi petugas penagih dan pengadministrasian piutang.
- 2) Biaya penagihan piutang. Piutang agar dibayar pada waktunya perlu dilakukan usaha khusus untuk menagihnya yang dapat menimbulkan biaya telepon, surat menyurat dan biaya perjalanan bagi penagih piutang.
- 3) Biaya piutang tak tertagih. Piutang mungkin tidak seluruhnya dapat ditagih karena debitur lari, meninggal atau bangkrut. Oleh karena itu, cadangan piutang ragu-ragu perlu dibentuk melalui penyisihan sebagian dari keuntungan penjualan. Pembentukan cadangan ini merupakan salah satu bentuk biaya piutang.

Pentingnya Manajemen Piutang Dagang

Manajemen piutang dagang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit. Manajemen piutang terutama menyangkut masalah pengendalian jumlah piutang, pengendalian pemberian dan pengumpulan piutang, dan evaluasi terhadap politik kredit yang dijalankan oleh perusahaan.

Pada beberapa perusahaan, piutang merupakan hal yang sangat penting dan memerlukan analisis yang seksama karena dalam hal pemberian piutang akan menyangkut nilai manfaat antara laba yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan dengan timbulnya piutang tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya piutang antara lain:

1. Volume Penjualan Kredit
Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang.
2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit
Syarat Penjualan Kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan berarti lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas.
3. Ketentuan tentang Pembatasan Kredit
Ketentuan tentang pembatasan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang.
4. Kebijakan dalam Mengumpulkan Piutang
Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam mengumpulkan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara aktif dalam mengumpulkan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk

membayai aktifitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif.

5. Kebiasaan Membayar Para Langgan

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash diskon, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara pembayaran ini tergantung pada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternative tersebut. Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam "Cash Discount Period" atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang.

Perencanaan Piutang Dagang

Perencanaan merupakan salah satu fungsi dari manajemen . Kegiatan ini adalah untuk memperkirakan keadaan pada masa yang akan datang dan dibuat berdasarkan pada kejadian-kejadian masa lampau yang telah terjadi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perencanaan sebagai titik awal untuk mengkoordinir semua aktiva yang mempengaruhi keputusan tentang apa, bagaimana kegiatan harus dilaksanakan oleh semua unsur yang ada didalam organisasi perusahaan. Perencanaan perusahaan yang dilaksanakan adalah untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Untuk mendapatkan perencanaan yang baik, seorang manajer harus mampu melihat kemampuan dan kesempatan dimasa yang akan datang dan merencanakan berbagai cara yang harus ditempuh untuk menghadapi kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang mulai sekarang.

Pengendalian Piutang Dagang

Pengendalian (control), sebagaimana perencanaan (planning) dan pengorganisasian (organizing), merupakan satu fungsi yang vital dalam proses manajemen. Dengan munculnya perusahaan besar dan modern yang memerlukan pelaksanaan operasi yang efisien, fungsi pengendalian telah mendapat tempat yang semestinya, sebagaimana fungsi manajemen yang lainnya. Pengendalian merupakan suatu proses yang digunakan manajemen untuk memastikan organisasi melaksanakan strateginya secara efektif dan efisien. Dapat pula dikatakan tindakan pengendalian, pengarahan, dan pengawasan yang dijalankan agar setiap kegiatan berjalan sesuai rencana untuk mencapai hasil atau sasaran yang ditetapkan"Seorang pimpinan apapun jabatannya mempunyai tugas merencanakan, mengupayakan agar rencana dapat tercapai. Sehingga perencanaan mutlak dan secara sadar atau tidak sadar harus dikerjakan oleh seorang manajer. Karena tujuan pengendalian adalah upaya merealisasikan rencana , maka fungsi pengendalian itu sama pentingnya dengan perencanaan itu sendiri.

Pengendalian piutang dagang sebenarnya dimulai sebelum ada persetujuan untuk mengirim barang dagang sampai setelah penyiapan dan penerbitan faktur, dan berakhir dengan penagihan hasil penjualan. Prosedur pengendalian penjualan kredit erat hubungannya dengan pengendalian penerimaan piutang dagang.

Pengertian Laba

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk mendapatkan laba yang maksimal. Untuk dapat meningkatkan laba, perusahaan dagang melakukan dengan cara menaikkan hasil penjualan, menaikkan harga jual atau dengan menekan biaya operasional tanpa mengurangi hasil penjualannya. Laba dapat diperoleh bila harga jual lebih besar dari harga pokoknya ditambah biaya-biaya. Penghasilan bersih (laba) sering kali digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar bagi ukuran yang lain seperti imbal hasil investasi (return on investment)

atau laba per saham (earnings per share). Unsur yang langsung berkaitan dengan pengukuran penghasilan bersih (laba) adalah penghasilan dan beban. Pengakuan dan pengukuran penghasilan dan beban, apabila diselidihkan akan menghasilkan laba bila selisih tersebut merupakan selisih lebih. Namun bila selisih kurang, maka akan mengakibatkan kerugian pada perusahaan.

Peranan Piutang Dagang Dalam Meningkatkan Laba Usaha Perusahaan

Tugas utama seorang menejer adalah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan kerjasama orang-orang lain dalam perusahaan. Disamping itu perlu ditetapkan rencana laba/anggaran operasi untuk tahun buku yang sedang berjalan. Piutang dagang timbul akibat adanya penjualan barang dagang secara kredit. Kegiatan penjualan secara kredit merupakan usaha perusahaan untuk dapat meningkatkan laba. Dalam perusahaan dagang yang menjual barang dagang secara kredit, terdapat 3 (tiga) kemungkinan upaya untuk meningkatkan laba, yaitu:

1. Meningkatkan volume penjualan (dengan asumsi bahwa tidak terdapat kenaikan biaya tak langsung dalam meningkatkan volume penjualan).
2. Menaikan harga jual. Keuntungan menaikkan harga ini sebagai cara memperoleh penambahan laba adalah dengan Penerimaan yang lebih cepat. Kenaikan merupakan cara tercepat untuk menaikkan laba, dengan anggapan bahwa penjualan tidak menurun, maka penambahan laba terjadi segera setelah kenaikan harga mulai berlaku. Lebih sedikit waktu dan usaha. Waktu dan usaha yang diperlukan untuk mengadakan perubahan harga.
3. Mengurangi atau menekan biaya operasional perusahaan. Pada umumnya, bagi kebanyakan perusahaan menurunkan biaya merupakan cara yang lebih cepat untuk meningkatkan laba. Hal ini dapat dicapai dengan cara tradisional, yaitu dengan meminimalisir pengeluaran yang tidak perlu atau dengan mengadakan perbaikan-perbaikan produktifitas.

Metodelogi Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Merupakan suatu metode untuk memperoleh teori-teori melalui perpustakaan dengan menggunakan penelitian literature, khususnya teori-teori yang berkaitan dengan judul yang diajukan.

Penelitian Lapangan (Field Research)

Merupakan suatu metode untuk memperoleh data secara langsung ke objek penelitian melalui teknik sebagai berikut:

- ❖ Observasi yaitu Pengumpulan data dan informasi dengan melakukan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan objek penelitian yang ada hubungannya dengan data dan informasi yang diperlukan, guna memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai perubahan serta mencocokkan keterangan yang didapat melalui wawancara.
- ❖ Wawancara dan Interview yaitu Mengadakan tanya jawab secara langsung dengan bagian administrasi atau bagian pembukuan, untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini. Teknik yang digunakan untuk menghimpun data pendukung berupa gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, deskripsi jabatan dan bidang usaha yang digunakan oleh perusahaan.

- ❖ Dokumentasi yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara mencatat dokumen atau arsip berupa data hasil penjualan secara kredit, daftar tingkat perputaran piutang dan data hasil usaha bersih, serta catatan lain yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi ini.

Metode Analisis

Analisis Kualitatif

Dalam analisis kualitatif, alat analisis yang digunakan untuk menganalisa masalah dan mencari pemecahannya melalui pendekatan teoritis. Analisis ini disajikan berupa uraian.

Analisis Kuantitatif

Alat yang digunakan dalam analisis ini berbagai hitungan rasio keuangan.

a. Ratio Rentabilitas

1. Gross Profit Margin (GPM)

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. Profit Margin (PM)

$$\text{PM} = \frac{\text{Laba Bersih Operasi}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

3. Operating Ratio (OP)

$$\text{OP} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Biaya-Biaya Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

b. Ratio Aktivitas

Menggunakan *Receivable Turn Over* atau tingkat perputaran piutang, dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan mengelola dana yang tertanam di dalam piutang untuk berputar dalam satu periode.

$$\text{RTO} = \frac{\text{Penjualan Kredit} \times 1 \text{ kali}}{\text{Piutang rata-rata}}$$

Piutang rata-rata

$$\text{Collection Period} = \frac{360}{\text{RTO}}$$

Kegiatan Usaha Perusahaan

PT Central Karya Utama merupakan distributor spare part kendaraan bermotor di mana dalam melaksanakan pemasarannya menggunakan sistem penjualan kredit. Di dalam melaksanakan kegiatan penjualan secara kredit, perusahaan tidak memiliki karyawan khusus yang menilai kelayakan konsumen tetapi salesman diberi wewenang untuk menilai apakah calon langganannya tersebut layak mengambil barang atau tidak.

Hasil dan Pembahasan

Dalam meningkatkan laba perusahaan PT Central Karya Utama di Bandar Lampung, memerlukan perencanaan dan pengendalian piutang dagang yang baik. Untuk mengetahui sejauh mana pengendalian piutang dagang tersebut penulis melakukan analisis dengan menggunakan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

Analisis Kualitatif

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen, kegiatan ini adalah untuk memperkirakan keadaan pada masa yang akan datang dan dibuat berdasarkan pada kejadian-kejadian pada masa yang lampau yang telah terjadi. Tujuan perusahaan melakukan perencanaan terhadap penjualan adalah untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan pada masa yang akan datang dengan cara menaikkan volume penjualan. Namun sebagai akibat dari penjualan kredit yang dilakukan adalah timbulnya piutang dagang bagi perusahaan.

Tabel 4
Laporan Realisasi Piutang Dagang
PT Central Karya Utama Tahun 2004–2007
(dalam ribuan)

Tahun	Piutang Dagang (awal)	Penjualan Kredit	Jumlah Piutang	%	Pelunasaan Piutang	%	Piutang Dagang Akhir	%
2004	302.250	2.887.500	3.189.750	100	2.829.750	88,71	360.000	11,29
2005	360.000	3.020.903	3.380.903	100	3.074.003	90,92	306.900	9,08
2006	306.900	3.183.125	3.490.025	100	2.999.150	85,93	490.875	14,06
2007	490.875	3.393.848	3.884.723	100	3.556.823	91,56	327.900	8,44
2008	327.900	3.427.786	3.755.686	100	3.444.886	91,72	310.800	8,18

Sumber : PT Central Karya Utama Tahun 2008 (Data Diolah)

Pengendalian piutang dagang sebenarnya sudah dimulai dari penerimaan order penjualan, lalu persetujuan atas order, persetujuan pemberian kredit, pengiriman barang, pembuatan faktur, verifikasi faktur, pembukuan piutang dan diakhiri dengan penagihan piutang.

Analisis Kuantitatif

Ketidak mampuan manajemen dalam menekan jumlah piutang akhir tahun perusahaan menyebabkan bertambahnya modal perusahaan yang tertanam dalam piutang dagang.

Perbandingan antara Receivable Turn Over dan Collection Period yang seharusnya dengan yang sebenarnya PT Central Karya Utama Tahun 2004 – 2007

Tabel 5
Perbandingan antara Receivable Turn Over dan Collection Period
PT Central Karya Utama Tahun 2004–2007
(dalam ribuan)

Thn	Rata-Rata Piutang Seharusnya (dalam ribuan)	RTO Seharusnya	CP Seharusnya	Rata-Rata Piutang Sebenarnya (dalam ribuan)	RTO Sebenarnya	CP Sebenarnya
2004	230.868,5	12,51	29	360.000	8,72	41
2005	164.266,5	18,39	20	306.900	9,06	40
2006	171.774	18,53	19	490.875	7,98	45
2007	184.343,5	18,41	20	327.900	8,29	43
2008	190.984	17,95	20	319.350	10,73	34

Sumber : PT Central Karya Utama Tahun 2008 (Data Diolah)

Rasio Aktifitas

Rasio ini berguna untuk mengukur sampai seberapa besar aktifitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber dananya. Salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan adalah ratio tingkat perputaran piutang atau *receivable turnover ratio (RTO)*. Ratio ini dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memutar dana yang tertanam dalam piutang dagang pada suatu periode. Untuk menghitung tingkat perputaran dagang tersebut adalah dengan cara membagi total penjualan kredit (netto) dengan piutang rata-rata yaitu:

$$\text{RTO} = \frac{\text{Penjualan Kredit (netto)}}{\text{Piutang rata-rata}} \times 1 \text{ kali}$$

A. Analisis dan Interpretasi

a. Receivable Turn Over tahun 2004 dan 2005

Pada tahun 2004 tingkat perputaran piutang perusahaan adalah sebesar 8,72 kali, ini berarti dalam satu tahun rata-rata dana yang tertanam dalam piutang berputar sebanyak 8,72 kali dengan jangka waktu penerimaan kembali piutang adalah 41 hari.

Tahun 2005 Receivable Turn Over mengalami kenaikan menjadi 9,06 kali yang berarti dalam satu tahun rata-rata dana yang tertanam dalam piutang berputar lebih banyak, yaitu sebanyak 9,06 kali, dengan jangka waktu penerimaan kembali piutang selama 40 hari. Kenaikkan tingkat perputaran piutang dagang pada tahun 2005 ini disebabkan karena adanya penurunan piutang dagang perusahaan pada akhir tahun 2005 sebesar 14,75 % atau dari Rp 360.000.000,- di tahun 2004 menjadi Rp 306.900.00,- di tahun 2005.

Hal ini dapat diketahui pula melalui kenaikan yang dialami oleh rata-rata piutang dagang pada tahun 2005 yang naik dari Rp 331.125.000,- di tahun 2004 menjadi Rp 333.450.000,- di

tahun 2005. atau sebesar 0,7 %. Sedangkan penjualan kredit pada tahun tersebut mengalami kenaikan sebesar 4,62%. Tetapi apabila perusahaan mampu menekan angka piutang akhir sebesar 5%, maka tingkat perputaran piutang perusahaan sangatlah memuaskan. Pada tahun 2005 tingkat perputaran akan mengalami peningkatan yang sangat besar yaitu dari 12,51 kali menjadi 18,39 kali, yang berarti bahwa modal yang tertanam dalam piutang pada tahun 2004 akan kembali dalam jangka waktu 29 hari dan pada tahun 2005 modal tersebut telah kembali dalam jangka waktu 20 hari.

b. Receivable Turn Over tahun 2005 dan 2006

Ketidakmampuan manajemen di dalam menekan jumlah piutang akhir sangat dirasakan akibatnya pada tahun 2006. Bila dibandingkan dengan tahun 2005, maka pada tahun 2006 tingkat perputaran piutang mengalami penurunan yang cukup drastis dari 9,06 kali menjadi 7,98 kali di tahun 2006. Ini berarti dalam satu tahun, rata-rata dana yang tertanam di dalam piutang dagang hanya berputar sebanyak 7,98 kali, atau dengan kata lain bahwa penerimaan kembali piutang perusahaan adalah selama 45 hari. Rendahnya tingkat perputaran piutang pada tahun 2006 ini selain disebabkan karena ketidakmampuan dalam melaksanakan penagihan yang efektif, juga terlalu tingginya tingkat kenaikan piutang yang dialami pada tahun 2006. Hal ini dapat dilihat pula melalui persentase kenaikan rata-rata piutang perusahaan yang lebih besar dari pada persentase kenaikan penjualan kredit pada tahun tersebut. Rata-rata piutang naik 0,7 % di tahun 2005 menjadi 19,62% di tahun 2006, sedangkan penjualan kredit di tahun 2006 hanya naik sebesar 5,37% dari 4,62% di tahun

sebelumnya. Ini terbukti bahwa pada tahun 2006 jumlah piutang dagang akhir tahun naik menjadi Rp 490.875.000,- sedangkan pada tahun 2005 jumlah piutang hanya sebesar Rp 306.900.000,- .

Apabila perusahaan mampu menekan angka piutang akhir sebesar 5%, maka tingkat perputaran piutang perusahaan sangatlah memuaskan. Pada tahun 2006, tingkat perputaran akan mengalami peningkatan yang sangat besar, yaitu dari 18,39 kali menjadi 18,53 kali , yang berarti modal yang tertanam dalam piutang pada tahun 2005 akan kembali dalam waktu 20 hari, maka pada tahun 2006 modal tersebut telah kembali dalam jangka waktu 19 hari.

c. Receivable Turn Over tahun 2006 dan 2007

Pada tahun 2007, tingkat perputaran piutang mengalami kenaikan yaitu dari 7,98 kali menjadi 8,29 kali, atau dapat dikatakan bahwa dalam satu tahun dana yang tertanam dalam piutang perusahaan berputar sebanyak 8,29 kali, dengan jangka waktu pengembalian piutang selama 43 hari.

Kenaikan perputaran piutang pada tahun 2007 ini disebabkan karena kenaikan penjualan lebih besar dari pada persentase kenaikan rata-rata piutang perusahaan. Persentase penjualan naik sebesar 6,62 % atau dari Rp 3.183.125.000,- di tahun 2006 naik menjadi Rp 3.393.848.000,- di tahun 2007. Sedangkan persentase rata-rata piutang hanya naik sebesar 2,63% atau dari Rp 398.875.500,- di tahun 2006 naik menjadi Rp 409.387.500,- ditahun 2007.

Turnover ini walaupun tidak dapat dikatakan baik, tetapi merupakan bukti bahwa perusahaan telah berusaha mengaktifkan bagian penagihan dan memperbaiki kebijaksanaan pemberian kredit. Apabila perusahaan dapat menekan jumlah rata-rata piutang akhir pada tahun 2006 dan 2007, maka jumlah rata-rata piutang pada tahun 2006 adalah sebesar Rp 171.774.0 pada tahun 2007 adalah sebesar Rp 184.343.500,- atau naik sebesar 5,83% .

d. Receivable Turn Over tahun 2007 dan 2008

Pada tahun 2008, tingkat perputaran piutang mengalami kenaikan yaitu dari 8,29 kali menjadi 10,73 kali, atau dapat dikatakan bahwa dalam satu tahun dana yang tertanam dalam piutang perusahaan berputar sebanyak 10,73 kali, dengan jangka waktu pengembalian piutang selama 34 hari. Kenaikan perputaran piutang pada tahun 2008 ini disebabkan karena kenaikan penjualan lebih besar dari pada persentase kenaikan rata-rata piutang perusahaan.

Turn over ini walaupun tidak dapat dikatakan baik, tetapi merupakan bukti bahwa perusahaan telah berusaha mengaktifkan bagian penagihan dan memperbaiki kebijaksanaan pemberian kredit. Apabila perusahaan dapat menekan jumlah rata-rata piutang akhir pada tahun 2007 dan 2008, maka jumlah rata-rata piutang pada tahun 2007 adalah sebesar Rp 194.185.000 pada tahun 2008 adalah sebesar Rp 190.984.500,- . Modal yang tertanam di dalam piutang pada tahun 2008 akan kembali dalam jangka waktu 20 hari, atau berputar sebanyak 17,95 kali dalam setahun.

Ratio Rentabilitas

Rasio rentabilitas suatu perusahaan yaitu suatu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Untuk para pemegang saham (pemilik perusahaan), rasio ini menunjukkan tingkat penghasilan mereka dalam investasi, yaitu dengan cara membandingkan antara laba dengan aktiva atau modal perusahaan. Data yang dianalisa adalah data-data yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, adapun rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat rentabilitas suatu perusahaan tersebut adalah:

a. Gross Profit Margin (GPM)

Ratio atau perbandingan antara gross profit (laba kotor) yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama, atau :

GPM	=	$\frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$	X	100%	
Penjualan tahun 2004	=	Rp 2.887.500.000,-			
Laba kotor tahun 2004	=	Rp 304.199.000,-			
GPM 2004	=	$\frac{\text{Rp 304.199.000}}{\text{Rp 2.887.500.000}}$	X	100%	= 10,54%
Penjualan tahun 2005	=	Rp 3.020.902.500,-			
Laba kotor tahun 2005	=	Rp 341.687.278,-			
GPM 2005	=	$\frac{\text{Rp 341.687.278,-}}{\text{Rp 3.020.902.500,-}}$	X	100%	= 11,31%
Pejualan tahun 2006	=	Rp 3.183.125.000,-			
Laba kotor tahun 2006	=	Rp 382.412.000,-			
GPM 2006	=	$\frac{\text{Rp 382.412.000,-}}{\text{Rp 3.183.125.000,-}}$	X	100%	= 12,01%
Penjualan tahun 2007	=	Rp 3.393.848.000,-			
Laba kotor tahun 2007	=	Rp 439.354.000,-			
GPM 2007	=	$\frac{\text{Rp 439.354.000,-}}{\text{Rp 3.393.848.000,-}}$	X	100%	= 12,95%
GPM 2008	=	$\frac{\text{Rp 443.747.540,-}}{\text{Rp 3.427.786.480,-}}$	X	100%	= 12,95%

Dari perhitungan diatas dapat dikatakan bahwa atas setiap Rp 1,- penjualan yang dilakukan perusahaan pada tahun 2004 memperoleh laba kotor sebesar 10,54% atau sebesar Rp 0,1054. Pada tahun 2005 setiap Rp 1,- penjualan, diperoleh laba kotor sebesar 11,31% atau sebesar Rp 0,1131,- . Setiap penjualan Rp 1,- di tahun 2006, perusahaan memperoleh laba kotor sebesar 12,01 % atau sebesar Rp 0,1201 dan setiap Rp 1,- penjualan yang dilakukan oleh perusahaan di tahun 2007, diperoleh laba kotor sebesar 12,96% atau sebesar Rp 0,1295,-. Bila melihat kecenderungan gross profit margin perusahaan yang positif, maka secara garis besar dapat dikatakan bahwa bisnis perusahaan masih memperoleh keuntungan.

b. Net Profit Margin (NPM)

Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dari bisnis (setelah dikurangi dengan segala biaya-biaya). Untuk mengukur tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan, maka tingkat keuntungan bersih yang dicapai perusahaan dihubungkan dengan tingkat penjualan, yaitu ;

NPM	=	$\frac{\text{Laba bersih operasi}}{\text{Penjualan bersih}}$	X	100%	
Laba bersih tahun 2004	=	Rp 76.765.108,-			
NPM	=	$\frac{\text{Rp 76.765.108,-}}{\text{Rp 2.887.500.000,-}}$	X	100%	= 2,66 %
Laba bersih tahun 2005	=	Rp 88.487.140,-			
NPM	=	$\frac{\text{Rp 88.487.140,-}}{\text{Rp 3.020.903.000,-}}$	X	100%	= 2,93 %
Laba bersih tahun 2006	=	Rp 85.317.870,-			
NPM	=	$\frac{\text{Rp 85.317.870,-}}{\text{Rp 3.183.125.000,-}}$	X	100%	= 2,68 %
Laba bersih tahun 2007	=	Rp 117.662.830,-			
NPM	=	$\frac{\text{Rp 117.662.830,-}}{\text{Rp 3.393.848.000,-}}$	X	100%	= 3,47 %
Laba bersih tahun 2008	=	Rp 117.662.830,-			
NPM	=	$\frac{\text{Rp 118.840.640,-}}{\text{Rp 3.427.786.480,-}}$	X	100%	= 3,47 %

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa :

1. Pada tahun 2004, perusahaan memperoleh keuntungan sebesar 2,66% atau Rp 0,0266 untuk setiap Rp 1,- penjualan yang telah dilakukan.
2. Pada tahun 2005, perusahaan memperoleh keuntungan sebesar 2,93% atau Rp 0,0293 untuk setiap Rp 1,- penjualan yang telah dilakukan.
3. Pada tahun 2006, perusahaan memperoleh keuntungan sebesar 2,68% atau Rp 0,0268 untuk setiap Rp 1,- penjualan yang telah dilakukan.
4. Pada tahun 2007, perusahaan memperoleh keuntungan sebesar 3,47% atau Rp 0,0347 untuk setiap Rp 1,- penjualan yang telah dilakukan.
5. Pada tahun 2008, perusahaan memperoleh keuntungan sebesar 3,47% atau Rp 0,0347 untuk setiap Rp 1,- penjualan yang telah dilakukan.

c. Operating Ratio

Rasio ini merupakan alat untuk mengukur berapa besar biaya operasi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh penjualan bersih pada suatu periode tertentu. Rasio ini didapat dengan cara membandingkan antara jumlah harga pokok penjualan selama periode tertentu ditambah dengan jumlah biaya operasi yang terjadi pada periode tersebut dengan jumlah penjualan bersih yang bersangkutan. Atau dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{OR} = \frac{\text{Harga Pokok Pejualan} + \text{Biaya Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

$$\text{OR 2004} = \frac{\text{Rp 2.583.301.000,-} + \text{Rp 156.948.550,-}}{\text{Rp 2.887.500.000,-}} \times 100\% = 94,90 \%$$

$$\text{OR 2005} = \frac{\text{Rp 2.679.215.000,-} + \text{Rp 182.135.959,-}}{\text{Rp 3.020.903.000,-}} \times 100\% = 94,72\%$$

$$\text{OR 2006} = \frac{\text{Rp 2.800.713.000,-} + \text{Rp 217.666.329,-}}{\text{Rp 3.183.125.000,-}} \times 100\% = 94,82\%$$

$$\text{OR 2007} = \frac{\text{Rp 2.954.494.000,-} + \text{Rp 238.743.923,-}}{\text{Rp 3.393.848.000,-}} \times 100\% = 94,09\%$$

$$\text{OR 2007} = \frac{\text{Rp 2.984.038.940,-} + \text{Rp 241.131.362,-}}{\text{Rp 3.427.786.480,-}} \times 100\% = 94,09\%$$

Net Profit Margin Tahun 2007 dan 2008

Dibandingkan dengan tahun 2006, maka tahun 2008 ini rasio mengalami kenaikan yang sangat besar, yaitu dari 0,0268 : 1 (2,68%) di tahun 2006 menjadi Rp 0,0347 : 1 (3,47%) di tahun 2008. berarti laba bersih yang dicapai dari setiap Rp 1,- penjualan bersih pada tahun 2007 tersebut ikut pula mengalami kenaikan. Kenaikan penjualan bersih yang diikuti laba bersih tersebut merupakan faktor utama dalam kenaikan rasio.

Operating Rasio Tahun 2007 dan 2008

Bila dibandingkan dengan tahun 2006, maka pada tahun 2008 rasio ini kembali mengalami penurunan. Rasio ini pada tahun 2007 adalah sebesar 0,9409 : 1 (94,09%), artinya untuk setiap Rp 1,- penjualan bersih, perusahaan hanya memerlukan dana sebesar Rp 0,9409 untuk harga pokok penjualan dan biaya operasi. Kenaikan ini disebabkan karena persentase kenaikan penjualan bersih masih diatas perentase kenaikan harga pokok penjualan ditambah biaya operasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- Tingkat perputaran piutang dagang (receivable turnover) perusahaan selama periode 2004 – 2007 selalu mengalami perubahan yaitu dari 8,72 kali, 9,06 kali, 7,98 kali, dan 8,29 kali. Hal ini disebabkan karena kenaikan dalam penjualan kredit yang selalu berfluktuasi dan rata-rata piutang yang tidak sama dari tahun ke tahun, sehingga tingkat perputaran piutang yang dicapai selalu mengalami perubahan. Pada tahun 2006 tingkat perputaran piutang yang paling rendah bila dibandingkan dengan tahun yang lainnya, karena persentase kenaikan piutang rata-rata yang diberikan oleh perusahaan lebih besar daripada persentase kenaikan dalam penjualan kreditnya, dilihat dari lamanya pengumpulan piutang lebih besar daripada batas waktu pembayaran yang telah ditetapkan. Sedangkan pada tahun 2005 adalah tingkat yang paling memuaskan yang

dicapai oleh perusahaan yaitu selama 40 hari, namun masih di atas batas waktu yang telah ditetapkan. Hal ini mengisyaratkan bahwa perusahaan tidak menerapkan fungsi penagihan dengan benar walaupun telah berhasil meningkatkan volume penjualan.

- b. Laba yang diperoleh perusahaan selalu berfluktuasi selama periode 2004 - 2007. Pada tahun 2006 perusahaan mengalami penurunan laba dikarenakan kenaikan persentase harga pokok penjualan ditambah biaya-biaya yang terjadi pada tahun tersebut lebih besar dari pada persentase kenaikan penjualan kredit. Secara umum dapat dikatakan setiap periode perusahaan selalu memperoleh laba namun bila dihubungkan dengan tingkat perputaran piutang yang ada, maka akan nampak bahwa kenaikan yang besar dalam penjualan kredit dan laba yang diperoleh tidak diikuti dengan efisiensi dan efektivitas pengolahan piutang.
- c. Berdasarkan analisa rasio yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan adalah dapat diterima yaitu perusahaan belum melakukan perencanaan dan pengendalian yang memadai atas piutang dagang dalam upaya meningkatkan laba perusahaan.

Saran

Meskipun pada tahun 2007 perusahaan telah menunjukkan tingkat perputaran piutang yang lebih tinggi dari pada tingkat perputaran di tahun 2006, tetapi pada tahun-tahun yang akan datang masih perlu ditingkatkan karena pada tahun-tahun sebelumnya selalu mengalami perubahan (fluktuasi). Untuk mencapai hal tersebut maka perusahaan perlu melakukan langkah-langkah :

1. Pengendalian piutang dagang dalam upaya meningkatkan perputaran piutang dengan cara melakukan penilaian dengan 5 C kepada setiap pelanggan karena tingkat perputaran piutang dipengaruhi oleh kualitas pelanggan.
2. Memperbaiki kebijaksanaan pemberian kredit kepada para pelanggan dengan memberikan batasan kredit (plafon) pada masing-masing pelanggan yang memiliki track record yang kurang baik selama berhubungan dagang setelah diadakan analisis umur piutang.
3. Lebih mengefektifkan bagian penagihan dengan kebijaksanaan mengumpulkan piutang secara aktif.

Selama empat periode, rasio laba bersih yang dicapai perusahaan selalu berfluktuatif dari tahun ke tahun. Untuk memperbaiki keadaan tersebut, perusahaan sebaiknya berupaya memperbesar jumlah penjualan dan menekan biaya operasional perusahaan yang dikeluarkan atau mengevaluasi pengeluaran biaya dengan ketat agar dapat digunakan secara lebih efisien untuk tahun – tahun selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Adisaputro, *Gunawan Adi, Anggaran Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta, 2000.

Baridwan, Zaki, Akt., M.Sc., Dr., *Intermediate Accounting*, BPFE, Yogyakarta, 2004.

Harahap, Sofyan Syafi, *Budgeting Peranggaran Perencanaan Lengkap*, Grasindo, Jakarta, 2001.

Ikatan Akuntan Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta, 2007.

Nasehatun, Apandi.S.E., *Budget & Control Sistem Perencanaan dan Pengendalian Terpadu Konsep dan Penerapannya*, Grasindo, Jakarta , 2000.

Riyanto, Bambang, Dr, Prof, *Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta, 2001.

Weston, J.,Fred., Eugene F. Brigham, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Erlangga, Jakarta 1990.

Sengaja dikosongkan