

ANALISIS PIUTANG TAK TERTAGIH TERHADAP TINGKAT PERPUTARAN PIUTANG PADA CV. BERLIAN ABADI GUNUNGSITOLI

Erasma F. Zalogo¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis piutang tak tertagih terhadap tingkat perputaran piutang pada CV. Berlian Abadi di Gunungsitoli. Analisis piutang tak tertagih sangat penting untuk mengetahui perputaran piutang, apakah kreditur mengembalikan piutangnya sesuai jatuh tempo atau melebihi jatuh tempo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif, dengan menganalisis piutang tak tertagih terhadap tingkat perputaran piutang pada CV. Berlian Abadi di Gunungsitoli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pengelolaan piutang tak tertagih pada CV. Berlian Abadi sudah berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari perhitungan rasio-rasio yang berhubungan dengan tingkat perputaran piutang, yaitu RTO, ACP, rasio tunggakan dan rasio penagihan. Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak piutang yang melebihi jatuh tempo. Oleh karena itu, diharapkan bagian penagihan tetap konsisten dalam melaksanakan prosedur penagihan piutang dan prosedur evaluasi penagihan piutang, sehingga piutang perusahaan dapat ditagih sesuai jatuh tempo.

Kata kunci: Piutang tak tertagih, perputaran piutang

A. PENDAHULUAN

Dalam melakukan aktivitas usahanya, perusahaan melakukan aktivitas penjualan barang maupun jasa secara tunai maupun secara kredit. Dengan penjualan barang maupun jasa secara tunai, perusahaan akan langsung mendapatkan uang tunai yang dapat digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, sedangkan dengan penjualan barang maupun jasa secara kredit, perusahaan tidak langsung mendapatkan uang tunai, akan tetapi dapat meningkatkan volume penjualan. Banyak pelanggan lebih tertarik dengan penjualan barang maupun jasa secara kredit. Dengan adanya penjualan barang maupun jasa secara kredit tersebut, maka akan muncul piutang.

Setiap perusahaan pasti tidak mengharapkan kliennya tidak dapat membayar hutang mereka. Salah satu upaya perusahaan untuk mengendalikan resiko piutang tak tertagih adalah dengan membuat daftar piutang berdasarkan umur piutang, yaitu dengan cara mengelompokan daftar pelanggan sesuai dengan umur piutang yang ditentukan oleh perusahaan, sehingga pada saat

¹ Dosen Tetap Program Studi Manajemen FEB Uniraya (erasmafau@gmail.com)

jatuh tempo bisa ditagih. Hal ini untuk mempermudah bagian penagihan dalam mengontrol piutang perusahaan.

CV. Berlian Abadi di Gunungsitoli ini merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian barang dagang, khususnya *snack*. Mulai dari *snack* tradisional sampai yang modern ada di sini. CV. Berlian Abadi mendistribusikan hampir ke seluruh wilayah Gunungsitoli, luar kota sampai luar pulau, dari pasar tradisioanal sampai pasar modern. Penjualan yang dilakukan perusahaan dapat berupa grosir dan eceran. Sebagian besar penjualan yang dilakukan oleh CV. Berlian Abadi adalah penjualan secara kredit. Dengan strategi penjualan secara kredit tersebut, perusahaan mempunyai harapan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga perusahaan bisa memperoleh keuntungan.

Dalam memberikan kredit, CV. Berlian Abadi memiliki kebijakan terkait dengan pelanggan mana yang perlu diberi kelonggaran dalam pembayaran dan pelanggan yang tidak diberikan kelonggaran dalam pembayaran, atau pelanggan yang harus membayar tunai. Hal tersebut dilakukan karena mengingat tingginya resiko penjualan secara kredit. Perusahaan juga melakukan berbagai upaya, mulai dari perubahan manajemen sampai program *accounting (software)* baru yang lebih detail, sehingga laporan piutang dapat terlihat jelas.

Dalam melakukan pencatatan piutang tersebut, perusahaan memakai sebuah program *accounting (software)* yang merupakan aplikasi *inventory* yang terintegrasi akuntansi. Jadi sewaktu *invoice* dibuat, otomatis sudah tercatat sebagai piutang di laporan piutang, dan diakui sebagai piutang pada saat terjadinya transaksi.

Untuk menghitung jatuh tempo piutang tersebut, juga sudah tersetting dalam program *accounting (software)* tersebut, dengan batas yang sebelumnya telah ditetapkan oleh perusahaan yaitu : tunai, 30 hari, 60 hari, dan 90 hari. Dalam menentukan siapa saja pelanggan yang diberi jatuh tempo pendek atau panjang, hal tersebut tergantung dari kebijaksanaan dari pemimpin perusahaan.

Dalam melakukan penagihan piutangnya, CV Berlian Abadi sering mengalami kendala keterlambatan pembayaran pada saat jatuh tempo. Hal tersebut biasanya terjadi karena pelanggan sedang tidak ada di tempat pada saat penagihan, karakter dari pelanggan yang suka mengulur-ulur pembayaran atau pelanggan sedang dalam kesulitan keuangan bahkan mengalami kebangkrutan. Selain itu, banyak dari pelanggan yang over kredit khususnya pelanggan lama. Dalam penelitian Erdi Kurniawan Syaputera dan Siti Khairani (2013), yang dilakukan terhadap PT. Bima Finance Palembang, kedua peneliti tersebut menyimpulkan bahwa permasalahan piutang usaha atau terjadinya penunggakan piutang yang dilakukan konsumen dalam mengangsur kredit mobilnya

melebihi 30 hari dari tanggal jatuh tempo . Akibatnya piutang tak tertagih pada PT. Bima Finance Palembang mengalami kenaikan pada tahun 2009 – 2012.

Dikarenakan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru yang sejenis, yang bisa menjadi pesaing dan bisa jadi merebut pelanggan dari perusahaan, maka pimpinan CV.Berlian Abadi masih memberi kelonggaran pembayaran kepada para pelanggan, khususnya pelanggan lama. Hal ini dilakukan mengingat pelanggan adalah pelanggan lama, agar hubungan tetap baik dan menjaga loyalitas serta kepercayaan pelanggan. Yang mengakibatkan jumlah piutang bertambah dan semakin besar pula resiko piutang tak tertagih yang dapat membuat perusahaan mengalami kerugian.

B. TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Piutang

Menurut PSAK No. 55 (2012) tentang instrument keuangan: pengakuan dan pengukuran (IAI, 2012:5), pinjaman yang diberikan dan piutang adalah asset keuangan nonderivatif dengan pembayaran tetap atau telah ditentukan dan tidak mempunyai kuotasi di pasar aktif, kecuali beberapa hal yang telah diatur dalam PSAK No.55. Menurut Dwi Martani, et al. (2012:193), piutang ialah klaim suatu perusahaan pada pihak lain. Menurut Soemarso (2009:338), piutang merupakan pemberian kelonggaran yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dalam membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan. Menurut Mardiasmo (2000:51), piutang dagang atau piutang usaha merupakan piutang atau tagihan yang timbul dari penjualan barang atau jasa secara kredit.

Jenis-jenis Piutang

Untuk tujuan pelaporan keuangan, Keiso, Weygandt, Warfield (2009:346-347), mengklasifikasikan piutang sebagai piutang lancar dan piutang tidak lancar. Menurut Soemarso (2009:338) piutang dapat diklasifikasikan sebagai piutang dagang dan piutang lain-lain. Sedangkan menurut Warren, Reeve, Duchac (2015:448-449), piutang dapat diklasifikasikan sebagai piutang usaha, wesel tagih dan piutang lainnya.

Piutang Tak Tertagih

Menurut Soemarso (2009:343), terdapat dua metode dalam menghapus piutang tak tertagih, yaitu:

1. Metode Penyisihan, merupakan pembebanan kemungkinan yang menjadikan suatu entitas mengalami rugi karena tidak tertagihnya piutang. Jumlah piutang yang tercatat merupakan suatu taksiran.

2. Metode Penghapusan Langsung, merupakan penghapusan piutang yang tidak akan dapat ditagih lagi oleh pihak manajemen perusahaan.

Umur Piutang

Dengan membuat daftar piutang yang berdasarkan umur piutang merupakan salah satu dari upaya perusahaan dalam melakukan pengendalian akan resiko piutang tak tertagih, yaitu dengan cara mengelompokan daftar pelanggan sesuai dengan umur piutang yang ditentukan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Piutang Tak Tertagih

Menurut Riyanto (2013:85-87), besar kecilnya dana yang diinvestasikan dalam piutang dipengaruhi oleh:

1. Volume penjualan kredit

Volume penjualan kredit semakin besar, maka dana yang diinvestasikan dalam piutang semakin besar pula.

2. Syarat pembayaran penjualan kredit yang bersifat ketat atau lunak.

Jika perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada profitabilitasnya, maka perusahaan menggunakan syarat pembayaran yang bersifat ketat, sehingga dana yang diinvestasikan dalam piutang sedikit dan sebaliknya.

3. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit

Ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan, tentang batas kredit dan dalam menentukan siapa saja pelanggan yang diberi kredit berpengaruh terhadap dana yang diinvestasikan dalam piutang.

4. Kebijakan dalam pengumpulan piutang.

Apabila kebijaksanaannya dijalankan secara aktif, maka dana untuk pembiayaan aktivitas pengumpulan piutang lebih besar, dan sebaliknya.

5. Kebiasaan Membayar dari Para Langgan

Pelanggan yang senang membayar dengan memanfaatkan *cash discount* bisa mengakibatkan semakin kecilnya dana yang diinvestasikan dalam piutang, dan sebaliknya

Perputaran Piutang

Perhitungan perputaran piutang dapat dihitung dengan rasio yang berhubungan dengan piutang yaitu, rasio *receivable turn over*, *average collaction period*, rasio tunggakan dan rasio penagihan.

1. Rasio *Receivable Turn Over*, menurut Sudana (2011: 20-24), rasio ini adalah rasio untuk

mengukur perputaran piutang dalam penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

$$\text{Rumus: } \textit{Receivable Turn Over} = \frac{\textit{Penjualan Kredit}}{\textit{Piutang Rata-rata}}$$

$$\text{Dimana: Piutang rata-rata} = \frac{\textit{Piutang periode sebelumnya} + \textit{piutang selama satu periode}}{2}$$

2. Rasio *Average Collaction Period*

Menurut Sudana (2011: 20-24), rasio *average collaction period* adalah rasio untuk mengukur rata-rata waktu yang diperlukan perusahaan untuk menerima kas dari penjualan.

$$\text{Rumus: } \textit{Average Collaction Period} = \frac{360}{\textit{receivable turn over}}$$

3. Rasio Tunggakan

Menurut Keown (2008:77), rasio ini dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar jumlah piutang yang sudah jatuh tempo dan belum dapat ditagih dari sejumlah penjualan kredit yang dilakukan.

$$\text{Rumus: Rasio Tunggakan} = \frac{\textit{Total piutang tak tertagih}}{\textit{Penjualan Kredit}} \times 100\%$$

4. Rasio Penagihan

Menurut Keown (2008:77), rasio ini dipergunakan untuk mengetahui aktivitas penagihan yang telah dilakukan oleh perusahaan sehingga berapa besar piutang yang dapat ditagih dapat diketahui jumlahnya dari semua piutang yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Rumus: Rasio Penagihan} = \frac{\textit{Total piutang tertagih}}{\textit{Total piutang periode}} \times 100\%$$

Kebijakan Kredit

1. Manfaat Penjualan

Bagi perusahaan, investasi pada piutang akan memberi manfaat diantaranya ialah meningkatnya omzet penjualan, jumlah laba bersih yang meningkat, dan bertambahnya *market share* yang dapat memberikan dampak positif bagi persaingan bisnis (Adisaputro, 2003:37).

2. Persyaratan Kredit a)

Standar Kredit

Menurut Syamsuddin (2002:256), standar kredit dari suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai kriteria minimum yang wajib dipenuhi oleh setiap pelanggan sebelum memperoleh kredit

b) Syarat Kredit

Untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan melakukan strategi penjualan dengan cara memberikan syarat kredit yang bersifat lunak. Apabila keselamatan kredit dari pada pertimbangan laba yang diutamakan oleh perusahaan, maka syarat kredit bersifat ketat

3. Evaluasi Terhadap Pelanggan

Menurut Riyanto (2013:87-88) , “dalam menilai resiko kredit, seorang manajer kredit dapat melaksanakan penilaian 5C dari calon pelanggan”, yaitu:

- a) *Character*, menggambarkan tentang bagaimana keinginan atau kemauan dari pelanggan dalam memenuhi semua kewajibannya.
- b) *Capacity*, merupakan suatu pendapat subjektif yang berhubungan dengan kemampuan dari pelanggan dalam mengelola usahanya.
- c) *Capital*, penilaian segala sumber *financial* yang diperoleh oleh perusahaan pelanggan.
- d) *Collateral*, berhubungan dengan bagaimana gambaran aktiva yang dimiliki oleh pelanggan sebagai jaminan atas kredit yang akan diberikan kepada pelanggan tersebut
- e) *Condition*, menunjukkan *impact* (pengaruh langsung) dari keadaan perekonomian pada umumnya kemungkinan berpengaruh terhadap kemampuan pelanggan tersebut untuk memenuhi semua kewajibannya.

4. Pengaruh Penjualan Kredit

Menurut Adisaputro (2003:69), yang menyebabkan arus kas masuk dari penjualan kredit akan sangat tergantung pada: jangka waktu kredit, kerajinan dari petugas penagih piutang, mutu atau bonafiditas debitur, situasi pada umumnya.

Penagihan Piutang

Berikut ini merukan cara untuk menagih piutang, Syamsuddin (2002:273-274):

1. Melalui surat

Perusahaan dapat mengirim surat kepada pelanggan untuk mengingatkan bahwa piutangnya telah jatuh tempo. Apabila setelah beberapa hari setelah dikirim surat pelanggan tersebut belum juga membayar utangnya, maka dapat dikirimkan surat yang kedua yang nadanya lebih keras

2. Melalui telepon

Apabila melalui surat pelanggan tersebut belum juga membayar utangnya, bagian kredit dapat menelpon pelanggan tersebut secara pribadi untuk meminta pelanggan tersebut segera melunasi utangnya yang jatuh tempo.

3. Kunjungan personal

Jika melalui surat dan telepon ternyata pelanggan belum juga membayar utangnya, maka dapat dilakukan kunjungan personal, cara ini dirasakan lebih efektif.

4. Tindakan yuridis

Apabila pelanggan tetap tidak mau membayar utangnya , maka perusahaan dapat menempuh jalur

hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menganalisis data yang diperoleh dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan sebagaimana adanya, tanpa membuat kesimpulan secara umum. Data yang diperoleh yaitu berupa angka-angka yang merupakan laporan piutang perusahaan yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan secara langsung dan wawancara secara langsung kepada pihak-pihak yang mempunyai wewenang atas pengumpulan dan penyimpana data.

Metode pengumpulan Data dan metode analisis data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2013) data sekunder dibagi menjadi:

1. Data Internal: hasil wawancara, Profil Badan Usaha CV. Berlian Abadi, Laporan hasil penjualan tahun 2013-2015.
2. Data Eksternal: Literatur, Jurnal, Skripsi yang berhubungan dengan permasalahan yang ada serta berguna bagi penyusunan hasil penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data melalui:

1. Wawancara

Melakukan komunikasi dengan Staf Akuntansi CV. Berlian Abadi Gunungsitoli mengenai transaksi yang berkaitan dengan penjualan kredit, piutang tak tertagih, dan jatuh tempo pembayaran.

2. Observasi

Penelitian dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap hal-hal yang dikerjakan oleh pihak-pihak yang berkaitan dengan sumber data.

3. Dokumentasi

Mengumpulkan data dari CV. Berlian Abadi berupa laporan penjualan dari data based perusahaan.

4. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan yang diperoleh dari berbagai referensi literatur, jurnal-jurnal dan bacaan lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian yang digunakan sebagai landasan teori dan alat untuk menganalisis.

Data sekunder yang merupakan data pokok akan dianalisis dengan menggunakan rasio *receivable turn over*, *average collaction period*, rasio tunggakan dan rasio penagihan. Rumusnya sebagai

berikut:

1. Rasio *Receivable Turn Over*, menurut Sudana (2011: 20-24), rasio ini adalah rasio untuk mengukur perputaran piutang dalam penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

$$\text{Rumus: } \textit{Receivable Turn Over} = \frac{\textit{Penjualan Kredit}}{\textit{Piutang Rata-rata}}$$

$$\text{Dimana: Piutang rata-rata} = \frac{\textit{Piutang periode sebelumnya} + \textit{piutang selama satu periode}}{2}$$

2. Rasio *Average Collaction Period*
Menurut Sudana (2011: 20-24), rasio *average collaction period* adalah rasio untuk mengukur rata-rata waktu yang diperlukan perusahaan untuk menerima kas dari penjualan.

$$\text{Rumus: } \textit{Average Collaction Period} = \frac{360}{\textit{receivable turn over}}$$

3. Rasio Tunggakan
Menurut Keown (2008:77), rasio ini dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar jumlah piutang yang sudah jatuh tempo dan belum dapat ditagih dari sejumlah penjualan kredit yang dilakukan.

$$\text{Rumus: Rasio Tunggakan} = \frac{\textit{Total piutang tak tertagih}}{\textit{Penjualan Kredit}} \times 100\%$$

4. Rasio Penagihan
Menurut Keown (2008:77), rasio ini dipergunakan untuk mengetahui aktivitas penagihan yang telah dilakukan oleh perusahaan sehingga berapa besar piutang yang dapat ditagih dapat diketahui jumlahnya dari semua piutang yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Rumus: Rasio Penagihan} = \frac{\textit{Total piutang tertagih}}{\textit{Total piutang periode}} \times 100\%$$

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Perputaran Piutang

Perhitungan tingkat perputaran piutang dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan RTO tahun 2014 menunjukkan bahwa perputaran piutang yang terjadi pada CV. Berlian Abadi di Gunungsitoli adalah sebanyak 14,37 kali sedangkan tahun 2015 sebanyak 15,80 kali. Hasil perhitungan RTO di tahun 2015 meningkat jumlahnya dibanding tahun 2014, berarti semakin efektif dan efisien pengendalian piutang yang dilakukan perusahaan. Akan tetapi harapan perusahaan, piutang terjadi dua kali dalam satu bulan sehingga dalam satu tahun terjadi sebanyak 24 kali, hal ini berarti tingkat perputaran piutang yang terjadi pada CV. Berlian Abadi tidak mencapai target yang diharapkan perusahaan. Hasil perhitungan ACP tahun 2014 menunjukkan bahwa pengumpulan piutang sampai menjadi kas dalam waktu 25 hari, sedangkan pada tahun 2015 dalam waktu 23 hari. Perusahaan berharap pengumpulan piutang sampai

menjadi kas adalah 30 hari. Ini berarti bahwa bagian penagihan CV. Berlian Abadi telah bekerja dengan baik, karena waktu yang diperlukan piutang sampai menjadi kas lebih cepat dari harapan perusahaan. Jumlah piutang yang telah jatuh tempo dan belum tertagih di CV. Berlian abadi pada tahun 2014 adalah sebesar 8%, sedangkan pada tahun 2015 jumlah 7%. Hasil perhitungan rasio tunggakan di tahun 2015 mengalami penurunan dibanding tahun 2014, berarti jumlah piutang yang tertunggak mengalami penurunan, hal ini baik bagi perusahaan karena jumlah piutang perusahaan mengalami penurunan. Piutang yang tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan adalah sebesar 92% pada tahun 2014, dan pada tahun 2015 sebesar 93%. Hasil perhitungan rasio penagihan mengalami peningkatan di tahun 2015 dibanding tahun 2014. Hal ini berarti aktivitas penagihan yang dilakukan perusahaan sudah meningkat dan berjalan dengan baik.

2. Kebijakan Kredit pada CV. Berlian Abadi

Pemberikan kredit kepada pelanggan berdasarkan hubungan yang terjadi terhadap kedua belah pihak, apakah pelanggan tersebut adalah masih kerabat atau kenalan dari perusahaan hal ini dapat membuat pelanggan kurang mematuhi prosedur kredit yang seharusnya berlaku di perusahaan, yaitu tentang jangka waktu pembayaran bagi pelanggan khususnya pelanggan lama dan kerabat, hal ini membuat perputaran piutang tidak sesuai dengan harapan perusahaan. Walaupun perusahaan sudah mempunyai standar dalam memberikan kredit kepada calon pelanggannya dengan penilaian 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*), pada kenyataannya masih banyak pelanggan yang penilaiannya tidak sesuai dengan standar penilaian perusahaan. Sehingga ada dari pelanggan tersebut yang tidak bisa membayar piutangnya pada saat jatuh tempo, sehingga piutang tertunggak menjadi bertambah. Dalam hal penagihan, perusahaan sudah melakukan sesuai dengan prosedur yang dibuat oleh perusahaan. Meskipun masih banyak kendala yang dihadapi dalam usaha penagihan. Kondisi pelanggan yang membuat pelanggan lalai dalam membayar utangnya merupakan faktor utama yang menjadi kendala dalam setiap usaha penagihan. Misalnya pada saat penagihan, pelanggan tersebut sedang tidak ada di tempat, karakter dari pelanggan yang suka mengulur-ulur waktu pembayaran atau pelanggan sedang mengalami kesulitan keuangan bahkan kebangkrutan. Hal ini membuat bagian penagihan harus lebih memperhatikan pelanggan seperti ini.

3. Taksiran Kerugian Piutang

Piutang CV. Berlian Abadi, pada setiap tahun piutang perusahaan mengalami peningkatan pada tiap kelompok umurnya. Berarti jumlah penjualan kredit yang terjadi mengalami

peningkatan. Semakin lama umur piutang tersebut maka kemungkinan akan tidak tertagihnya juga semakin besar. Oleh karena itu, diperlukan perhatian khusus terhadap piutang yang menurut perusahaan kurang aman dan tidak aman, karena dapat meningkatnya resiko akan tidak tertagihnya piutang tersebut. Perusahaan menetapkan piutang yang belum jatuh tempo sebagai piutang dalam kategori paling aman, dikarena piutang dalam kategori tersebut dapat ditagih semua. Dan piutang yang berumur 01 – 90 hari sebagai piutang dalam kategori aman, hal ini dikarena perusahaan mempunyai kebijakan dalam penagihan piutang yang lewat jatuh tempo untuk diberi kelonggaran waktu dalam batas tertentu. Dan untuk piutang yang berumur 91 – 180 hari dalam kategori cukup aman, karena pelanggan dalam kategori tersebut masih biasa ditagih meskipun memerlukan usaha lebih keras dari bagian penagihan. Sedangkan untuk piutang yang berumur 181 – 365 hari dalam kategori tidak aman dan memerlukan perhatian khusus, begitu juga dengan piutang yang berumur lebih dari 365 hari. Sedapat mungkin bagian penagihan tetap melakukan penagihan terhadap pelanggan dalam kategori tersebut.

E. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Pengelolaan piutang tak tertagih pada CV. Berlian Abadi sudah berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari perhitungan rasio-rasio yang berhubungan dengan tingkat perputaran piutang, yaitu RTO, ACP, rasio tunggakan dan rasio penagihan.
2. Hasil perhitungan RTO setiap tahunnya mengalami peningkatan berarti semakin efektif dan efisien pengendalian piutang yang dilakukan perusahaan, akan tetapi dari hasil perhitungan RTO, masih belum mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan, yaitu piutang terjadi sebanyak 24 kali dalam satu tahun.
3. Hasil perhitungan ACP, CV. Berlian Abadi menunjukkan bahwa bagian penagihan bisa mengumpulkan piutang sampai menjadi kas dalam waktu dibawah 30 hari, hal ini berarti bahwa bagian penagihan CV. Berlian Abadi telah bekerja dengan baik, karena waktu yang diperlukan piutang sampai menjadi kas lebih cepat dari harapan perusahaan, akan tetapi dalam perhitungan menunjukkan pelanggan yang membayar lebih dari 30 hari meningkat jumlahnya.
4. Hasil perhitungan rasio tunggakan mengalami penurunan berarti jumlah piutang yang tertunggak mengalami penurunan, hal ini baik bagi perusahaan karena jumlah piutang perusahaan semakin kecil. Akan tetapi dilihat bahwa piutang tertunggak mengalami peningkatan pada setiap kelompok umurnya, hal ini tidak baik bagi perusahaan karena dapat

menimbulkan resiko akan tidak tertagihnya piutang tersebut.

5. Hasil perhitungan rasio penagihan mengalami peningkatan di tahun 2015 dibanding tahun 2014. Hal ini berarti aktivitas penagihan yang dilakukan perusahaan sudah meningkat dan berjalan dengan baik.
6. Berdasarkan analisis kebijakan kredit yang diterapkan CV. Berlian Abadi, dalam memberikan kredit kepada pelanggannya sudah sesuai dengan proseder kredit yang ditentukan perusahaan, meskipun masih ada kebijaksanaan perusahaan yang kurang tegas khususnya terhadap kerabat dan pelanggan lama. Kebijaksanaan ini mempunyai sisi baik dalam mempertahankan pelanggan perusahaan karena perusahaan menerapkan kebijakan yang bersifat kekeluargaan, tetapi juga mempunyai sisi buruk yaitu lambatnya penerima uang tunai dari piutang perusahaan sehingga mempengaruhi *cash flow* perusahaan.
7. Piutang yang telah jatuh tempo 01 – 90 hari masih dikategorikan aman, yaitu masih bisa ditagih dengan baik dan untuk piutang yang telah jatuh tempo 91 – 180 hari masih dikategorikan cukup aman, sedangkan untuk piutang yang jatuh tempo 181 – 365 hari dikategorikan kurang aman dan perlu usaha penagihan yang lebih keras. Sedangkan untuk piutang yang berumur lebih 365 hari dikategorikan tidak aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. 2003. *Anggaran perusahaan 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Agustine, Adelia, Dini. Rosyafah, Siti. Susanti, Widya. 2015. *Analisis Piutang Tak Tertagih Terhadap Tingkat Perputaran Piutang Kopwan Dewi Sri Candipari Porong*. Jurnal Akuntansi Ubhara. ISSN : 2460-7762. Program Study Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Surabaya. <http://fe.ubhara.ac.id/ojs/index.php/equity/article/download/103/101&sa>
- Da Costa, Fensi, Imanuella. 2015. *Analisis Kerugian Piutang Tak Tertagih Pada Pt. Metta Karuna Jaya Makassar*. Jurnal Emba Vol.3 No.1, 695-706. Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Akuntansi, Universitas Sam Ratulangi. <http://ejournal.unsrat.ac.id>
- Indonesia, Ikatan Akuntan. 2009. *Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan (PSAK)*. Jakarta
- Indonesia, Ikatan Akuntan. 2011. *Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan Per 1 Juni 2012*. Jakarta: Salemba Empat.
- Karamoy, Venny. Dan Nangoi, Bernadette, Grace. 2014. *Analisis Piutang pada PT. SUCOFINDO (Persero) Cabang Manado*. Jurnal. Program Pendidikan Profesi Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Unifersitas Sam ratulangi Manado. <http://www.google.com/url?q=http://download.portalgaruda.org>
- Keiso, Weygandt, Warfield. 2009. *Akuntansi Intermediate*. Diterjemahkan oleh Herman Wibowo. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

- Keown, J. 2008. *Manajemen Keuangan Prinsip dan Penerapan*. Macanan Jaya Cemerlang
- Mardiasmo. 2000. *Akuntansi Keuangan Dasar*. Edisi 2. Yogyakarta : BPFE
- Martani, Dwi, et al. 2012. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat
- Riwayati, Sri. 2013. *Analisis Pengendalian Piutang Terhadap Resiko Piutang Tak Tertagih pada PT. XYZ*. Jurnal Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Maritim Raja Ali Haji. <http://jurnal.umrah.ac.id>
- Riyanto, Bambang. 2013. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE
- Soemarso S. R. 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Buku 1 Edisi 5 Revisi. Jakarta : Salemba Empat
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktek*. Erlangga, Surabaya
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung:Alfabeta
- Syamsuddin, Lukman. 2002. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: Grafindo
- Syaputera, Kurniawan, Erdi. Khairani, Siti. 2013. *Analisis Piutang Tak Tertagih Pada PT. Bima Finance Palembang*. Jurnal Jurusan Akuntansi S1. STIE MDP. <http://eprints.mdp.ac.id>
- Warren, Reeve, Duchac. 2015. *Accounting : Pengantar Akuntansi*, Terjemahan Aria Farahmita, Amanugrahani, dan Taufik Hendrawan, Edisi 21, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 15.0 For Windows Statistics (Statistical Product and Service Solution)*.
- Gujarati, Damodar. 2007. *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa: Zain, Sumarno. Jakarta: Erlangga.
- Hartono, Hendry. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Jurusan Manajemen. Universitas BinaNusantara. Jakarta Barat. Jurnal (Online)
- Kamelia. 2006. *Manajemen Industri*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- _____.2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran..* Erlangga: Jakarta.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi Sebelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Kurtz. 2003. *Manajemen Pemasaran,Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.

- Nulyadi. 2005, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rangkuti, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Saladin dan Usman. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST.
- Stapelton. 2005. Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Internet”. *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*. Vol.5. No.9.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan I: Yogyakarta: CV. Alvabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan III: Yogyakarta: CV. Alvabeta.
- Suliyanto. 2008. *Teknik Proyeksi Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha dan Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.

Takdir. 2017. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Tambajong, Gerald. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1291-1301

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.

_____2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi

_____Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.