

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam suatu aktivitas perekonomian, baik dalam lingkup yang sempit maupun luas akan bertujuan untuk mencapai kemakmuran. Bertolak dari hal itu, dalam suatu kegiatan usaha yang termasuk bagian dari aktivitas perekonomian baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar akan berusaha untuk mencapai tujuan yang ingin diperolehnya dengan optimal dan kontinyu dalam rangka mempertahankan konsistensinya dalam dunia usaha yang sedang dijalankannya.

Tetapi apa yang idealnya ingin dicapai dan sudah direncanakan tidak selalu bisa berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan, pasti akan ada hambatan yang harus siap untuk dihadapi. Begitu juga dengan penyesuaian perusahaan dengan perkembangan perekonomian negara. Dimana dalam era globalisasi, Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam berbagai bidang.

Perkembangan yang terjadi mendorong sikap perusahaan untuk lebih kompetitif dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Begitu juga dengan perusahaan yang sebagian besar usahanya mengandalkan bidang penjualan yang merupakan ujung tombak bagi kemajuan perusahaannya. Sehingga besar kecilnya keuntungan yang didapat oleh suatu perusahaan tergantung dari besar kecilnya penjualan yang dicapai.

Perusahaan memproduksi barang untuk dijual ke konsumen agar memperoleh laba (*profit*). Laba yang maksimal merupakan tujuan perusahaan dari

Piutang dagang merupakan salah satu asset perusahaan yang membutuhkan pengelolaan dan pengawasan yang baik. Menurut Girl (1995:315), “Penggunaan piutang dagang yang tidak efisien berarti terlalu banyak kas dalam bentuk piutang. Jika perusahaan tidak melakukan pekerjaan penagihan piutang yang baik sering kali kasnya buruk.” Oleh karena itu manajemen piutang merupakan pengelolaan piutang agar kebijakan kredit mencapai optimal, yaitu tercapainya keseimbangan antara biaya yang diakibatkan oleh kebijakan kredit dengan manfaat yang diperoleh dari kebijakan tersebut.

Pengelolaan piutang yang tidak memadai dapat membawa risiko bagi perusahaan yaitu adanya piutang yang tidak dapat ditagih tepat pada waktunya atau bahkan tidak dapat ditagih sama sekali. Hal ini dapat mengganggu kelancaran operasi perusahaan karena hasil penagihan piutang merupakan salah satu sumber dana yang penting bagi perusahaan dalam membiayai kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu untuk menjamin pengelolaan piutang yang baik diperlukan adanya pelaksanaan manajemen piutang yang baik. Syafarudin Alwi (1986:21-22) mengungkapkan bahwa ada tiga aspek penting. Dalam manajemen piutang, yaitu

1. Kebijaksanaan kredit (*credit policy*)
2. Penetapan jangka waktu kredit (*credit term*)
3. Kebijaksanaan pengumpulan piutang (*collection policy*)

Selain itu kebijakan penjualan kredit dapat menimbulkan tambahan biaya baru bagi perusahaan. Tambahan biaya tersebut dapat dilihat dengan menggunakan rasio finansial seperti yang diungkapkan oleh Syafarudin Alwi

(1986:23-24) antara lain : *Average investment, Receivable turn over, Cost of marginal investment, Cost of bad debts, dan Cost of sales discount.*

Timbulnya biaya-biaya tersebut bukanlah suatu masalah bagi perusahaan asalkan tambahan keuntungan dari penjualan kredit dapat menutupi semua biaya tersebut. Untuk menekan tambahan biaya tersebut, perusahaan harus berusaha agar piutang secepatnya menjadi kas, meskipun kedudukan piutang dan kas sama-sama merupakan elemen dari modal kerja. Senada dengan yang dikemukakan oleh Weston and Brigham yang diterjemahkan oleh Alfonsus Sirait (2005:245) bahwa “modal kerja adalah investasi dalam jangka pendek, yakni kas, surat berharga jangka pendek, piutang dan persediaan.”

Semua aktivitas yang menyangkut penjualan termasuk juga piutang yang ditimbulkan dari penjualan kredit memegang peranan penting bagi perusahaan karena menyangkut kontinuitas perusahaan. Unsur keberhasilan perusahaan diantaranya dapat diukur dari kemampuan untuk menjual produk, serta kemampuan untuk mengelola piutang dagangnya. Weston dan Brigham yang diterjemahkan oleh Alfonsus Sirait (2005:319) mengemukakan bahwa :

manajemen piutang merupakan aspek penting dalam manajemen modal kerja bagi perusahaan yang menjual barangnya dengan kredit, tingkat kecepatan mengubah penjualan kredit menjadi kas merupakan ukuran efisiensi dari kebijakan perusahaan dalam mengumpulkan tagihannya dan ukuran hasil usahanya mengumpulkan tagihan

Dengan demikian maka perusahaan yang dapat menjalankan manajemen piutangnya dengan baik akan menghasilkan saldo kas yang memadai karena dapat mengumpulkan tagihannya dengan lebih efisien.

Selain itu dengan menjual barangnya secara kredit, maka penjual telah memberikan fasilitas kredit perdagangan kepada *customer*. Untuk itu perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang dan menentukan kebijakan kredit (*credit policy*). Menurut Agnes Sawir (2005:198), jumlah piutang ditentukan oleh :

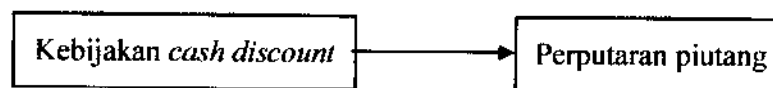
1. Volume penjualan kredit, makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan makin besar pula investasi dalam piutang. Makin besar piutang berarti memperbesar risiko, tetapi bersamaan dengan itu memperbesar profitabilitasnya.
2. Rata-rata waktu antara penjualan dan penagihan atau rata-rata jangka waktu penagihan. Makin panjang jangka waktu rata-rata penagihan, makin banyak investasi pada piutang

Senada dengan faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang menurut Bambang Riyanto (1981:76-77) antara lain:

1. Volume Penjualan Kredit
2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit
3. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit
4. Kebijaksanaan Dalam Mengumpulkan Piutang
5. Kebiasaan Membayar Dari Para Langgan

Kelima hal tersebut berhubungan dengan adanya *cash discount policy* yang sedang dilaksanakan oleh perusahaan. Dimana hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya investasi dalam bentuk piutang salah satunya dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya *cash discount* yang dimanfaatkan oleh *customer*. Berarti bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang ini berhubungan dengan kedua variabel yang akan penulis teliti.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa semakin besar *cash discount* yang dimanfaatkan *customer* maka semakin cepat perputaran piutang dan saldo piutang dagang akan semakin menurun. Sebaliknya jika *cash discount* yang dimanfaatkan *customer* semakin kecil, maka perputaran piutang semakin lambat dan saldo piutang dagang akan semakin besar. Hubungan teoritis antara kedua konsep di atas merupakan kerangka yang dijadikan landasan berpikir ilmiah dalam penelitian ini. Hubungan ini secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.2. Paradigma Penelitian

Keterangan : → = menunjukkan adanya pengaruh dari kebijakan *cash discount* terhadap perputaran piutang

1.2. Hipotesis

Untuk memberikan pedoman dalam melaksanakan penelitian, maka diperlukan hipotesis seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2005:51) yaitu “Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa peranan hipotesis adalah sebagai petunjuk yang akan memudahkan pengumpulan dan analisis data, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

“kebijakan *cash discount* berpengaruh positif terhadap perputaran piutang”.