

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

suatu hasil operasi. Dalam upaya meningkatkan laba tersebut, perusahaan harus meningkatkan volume penjualan. Perusahaan dapat menerapkan penjualan tunai atau kredit.

Dilihat dari kemampuan modalnya, para pengecer relatif jauh lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan, sehingga kemampuan untuk membeli barang dagangnya secara tunai juga rendah, selain itu pengecer lebih suka membeli barang dagangan secara kredit dibandingkan dengan membeli secara tunai karena uang tunai dapat diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan, oleh karena itu perusahaan harus melakukan penjualan secara kredit.

Secara umum kredit dapat dibagi ke dalam kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan bank (seperti kredit investasi), kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan bukan bank (seperti anjak piutang dan asuransi), dan kredit yang diberikan oleh perusahaan yang bukan lembaga keuangan (penjualan kredit). Penjualan kredit ini biasanya diberikan oleh perusahaan-perusahaan besar kepada para pengecernya, bahkan pengecerpun sekarang banyak yang menjual barang dagangannya ke konsumen secara kredit terutama untuk produk yang bernilai cukup tinggi.

Sisi lain yang ditimbulkan dari penjualan kredit adalah timbulnya hak klaim bagi perusahaan terhadap seseorang atau perusahaan lain, sehingga perusahaan dapat menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa ia berpiutang oleh karena adanya manfaat (dalam bentuk diterimanya uang tunai, aktiva lain atau jasa) yang

diharapkan dapat diperoleh dimasa yang akan datang, maka piutang dianggap sebagai aktiva.

Rumitnya permasalahan kredit membutuhkan penanganan khusus. Dengan melakukan penjualan secara kredit kepada konsumen maka akan menimbulkan piutang dagang (*account receivable*) yang berarti merupakan bagian dari investasi dalam modal kerja dan akan menghadapi resiko baru yaitu piutang tak tertagih, tidak berputarnya modal kerja yang tertanam dan juga menimbulkan biaya baru guna mengumpulkan atau menagih piutang tersebut. Oleh sebab itu pengelolaan piutang harus dilakukan sebaik-baiknya, jangan sampai investasi terlalu lama dan besar mengendap dalam piutang, sebab akan mengganggu kelancaran aktivitas perusahaan.

Piutang merupakan bagian dari harta perusahaan yang diantisipasi untuk berubah menjadi kas pada nilai waktu yang akan datang dalam neraca. Hal ini berarti bahwa piutang dagang merupakan salah satu asset perusahaan yang membutuhkan pengelolaan dan pengawasan yang baik.

Jumlah piutang yang semakin meningkat memberikan tantangan bagi perusahaan untuk dapat mengelola manajemen piutang dengan efektif. Karena pada umumnya piutang dagang merupakan aktiva yang tidak langsung dapat menghasilkan pendapatan sampai saat penagihannya, maka manajemen piutang bertujuan untuk meminimalkan dana yang tertanam dalam bentuk piutang dagang. Seperti yang diungkapkan oleh Simamora (2000:243), “semakin lama periode penagihannya, maka semakin banyak dana yang tertanam dalam piutang dagang.”

Saldo piutang dagang yang terlalu besar akan membatasi dana yang tersedia untuk investasi dan penggunaan lainnya.

Besar kecilnya piutang dalam suatu perusahaan dapat dijadikan dasar untuk menilai efisiensi pengelolaannya. Jumlah piutang yang terlalu besar merupakan salah satu akibat dari terlalu longgarnya kebijakan kredit yang diberikan oleh perusahaan, terutama dalam menetapkan periode kredit dan akan memperlambat perputaran kas.

Dengan latarbelakang fenomena di atas, dapat disimpulkan bahwa sebenarnya bagaimanapun kuatnya modal perusahaan, tidak baik jika nilai piutangnya terlalu besar, sehingga perusahaan harus mengambil kebijakan agar piutang cepat terkumpul. Salah satu cara untuk merangsang terkumpulnya piutang adalah dengan kebijakan pemberian potongan tunai (*cash discount policy*).

Cash discount policy ini merupakan bagian dari kebijakan pengumpulan piutang yang menunjukkan prosedur yang harus diikuti dalam usaha mempercepat pengumpulan piutang agar tidak melewati periode maksimum kredit yang telah ditetapkan, sehingga tidak menjadi kerugian piutang. Dengan adanya *cash discount* maka kas akan lebih cepat terkumpul dan investasi yang tertanam dalam piutang tidak terlalu besar. Semakin banyak *customer* yang memanfaatkan *cash discount*, maka saldo piutang dagang akan semakin menurun dan sebaliknya semakin sedikit *customer* yang memanfaatkan *cash discount* maka saldo piutang akan semakin besar.

Begitu juga dengan PT Diorama NS yang dalam aktivitas usahanya melakukan penjualan, yang sebagian besar dilakukan secara kredit. Oleh karena

itu PT Diorama NS memiliki saldo piutang yang cukup besar dan untuk memperlancar pengembalian piutang tersebut PT Diorama NS pun menerapkan *cash discount policy*. Fluktuasi *cash discount* dan piutang yang terjadi pada PT Diorama NS dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Fluktuasi Cash Discount dan Piutang pada PT Diorama NS
Semester I tahun 2005 – Semester II Tahun 2006

Semester ke-		CASH DISCOUNT	KENAIKAN/ PENURUNAN*		PIUTANG	KENAIKAN/ PENURUNAN*	
		(Rp)	(Rp)	(%)	(Rp)	(Rp)	(%)
05'	I	246,378,194.50	-	-	19,325,383,434	-	-
	II	502,527,506.50	256,149,312	103.97	20,244,081,868	918,698,434	4.75
06'	I	532,229,215.50	29,701,709	5.91	19,219,628,482	1,024,453,386*	5.06*
	II	387,091,489.50	145,137,726*	27.27*	21,688,996,761	2,469,368,279	12.85

Sumber data : Resume Cash Receive dan Piutang PT Diorama NS (diolah)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa terjadi perkembangan yang cukup fluktuatif pada setiap semester. Pada semester II tahun 2005 terjadi kenaikan *cash discount* sebesar Rp. 256,149,312 yang diikuti dengan kenaikan piutang sebesar Rp. 918,698,434 hal ini menunjukkan bahwa kenaikan *cash discount* sebesar 103.97% merupakan salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan piutang sebesar 4.75%. Sedangkan pada semester I tahun 2006 terjadi kenaikan *cash discount* sebesar Rp. 29,701,709 yang diikuti oleh penurunan piutang sebesar Rp. 1,024,453,386 ini berarti bahwa kenaikan *cash discount* sebesar 5.91% merupakan salah satu faktor yang menyebabkan penurunan piutang sebesar 5.06%. Kemudian pada semester II tahun 2006 terjadi penurunan *cash discount* sebesar Rp. 145,137,726 yang diikuti oleh kenaikan piutang sebesar Rp. 2,469,368,279 artinya bahwa penurunan *cash discount* sebesar 27.27% merupakan salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan piutang sebesar

12.85%. Dapat disimpulkan bahwa banyak sedikitnya *customer* yang memanfaatkan *cash discount* akan mempengaruhi besar kecilnya saldo piutang.

Cash discount policy yang ditetapkan oleh perusahaan belum efektif ataupun belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh *customer* karena belum sepenuhnya dapat menurunkan piutang. Jika investasi dalam piutang masih terlalu besar, maka perputaran kas akan menjadi lambat dan hal tersebut akan mempengaruhi perputaran modal kerja. Hal ini menunjukkan adanya masalah yang terjadi dalam perusahaan, oleh karena itu manajemen perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk menangani masalah tersebut, terutama dalam hal ini manajemen piutang yang di dalamnya terdapat *cash discount policy* termasuk faktor yang harus diperhatikan.

Dari uraian latar belakang penelitian di atas, maka akan dilakukan pengkajian lebih lanjut melalui penulisan skripsi dengan judul :

“Pengaruh Kebijakan *Cash Discount* Terhadap Perputaran Piutang Pada PT Diorama NS Bandung”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam sub bab sebelumnya, maka penulis akan membahas masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kebijakan *cash discount* yang dilaksanakan oleh PT Diorama NS Bandung
2. Bagaimana gambaran perputaran piutang pada PT Diorama NS Bandung
3. Bagaimana pengaruh kebijakan *cash discount* terhadap perputaran piutang pada PT Diorama NS Bandung

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Sehubungan dengan diperlukannya pemecahan atas masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka maksud dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan objek penelitian dengan melihat pengaruh yang diberikan oleh kebijakan *cash discount* terhadap perputaran piutang pada PT Diorama NS Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan pada sub bab sebelumnya, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui gambaran kebijakan *cash discount* pada PT Diorama NS Bandung
2. Mengetahui gambaran perputaran piutang pada PT Diorama NS Bandung
3. Mengetahui pengaruh kebijakan *cash discount* terhadap perputaran piutang pada PT Diorama NS Bandung

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi maupun sebagai bahan perbandingan mengenai kebijakan *cash discount* dan pengaruhnya terhadap perputaran piutang yang terdapat dalam teori dengan

keadaan yang terjadi dalam perusahaan sehingga akhirnya dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam disiplin ilmu Akuntansi.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan informasi untuk dijadikan dasar pertimbangan dalam rangka mengambil kebijakan untuk lebih baik lagi dalam mengelola piutang dagangnya, khususnya yang menyangkut *cash discount policy*.

1.5. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya perusahaan yang dalam aktivitas usahanya melakukan penjualan akan lebih menyukai melakukan penjualan secara tunai karena uang hasil dari penjualan tersebut dapat segera diterima, tetapi adanya persaingan mengakibatkan adanya kebijakan perusahaan untuk menjual secara kredit dengan menetapkan syarat-syarat tertentu. Lukman Syamsuddin (2007:266) menyatakan bahwa persyaratan kredit tersebut meliputi tiga hal, yaitu :

1. Potongan tunai atau *cash discount*.
2. Periode potongan tunai
3. Periode kredit

Perubahan dari ketiga atau salah satu faktor-faktor di atas akan memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Jika investasi dalam bentuk kredit terlalu besar maka perputaran kas semakin lambat, perputaran kas yang lambat akan mempengaruhi perputaran modal kerja yang pada akhirnya akan mempengaruhi efektifitas usaha perusahaan.

Dengan adanya *cash discount* maka akan mempercepat pembayaran piutang oleh *customer* sehingga akan mempercepat perputaran kas. Weston dan Brigham yang diterjemahkan oleh Alfonsus Sirait (2005:475) mendefinisikan *cash discount* sebagai berikut : “*cash discount* (potongan tunai) adalah pengurangan harga barang yang diberikan untuk mendorong pelanggan agar membayar lebih cepat”. Berarti bahwa *cash discount* dapat mempercepat pembayaran piutang dan pengembalian kas dari hasil penjualan kredit akan lebih cepat terkumpul.

Kas memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari, tanpa kas akan sulit menggerakkan aktivitas perusahaan tersebut. Untuk perusahaan dagang, periode terikatnya modal kerja dari kas menjadi kas kembali adalah seperti yang digambarkan oleh Martono dan D. Agus Harjito (2007:78) sebagai berikut:



Gambar 1.1. Periode terikatnya modal kerja dari kas menjadi kas kembali (untuk perusahaan dagang)

Dari gambar 1.1. di atas dapat disimpulkan bahwa selama perusahaan menjalankan usahanya berarti modal kerja terus mengalami perputaran. Periode perputarannya dimulai dari saat kas diinvestasikan dalam komponen-komponen modal kerja sampai kembali lagi menjadi kas. Bambang Riyanto (1994:54) mengatakan bahwa

makin pendek periode tersebut berarti makin cepat perputarannya atau makin tinggi tingkat perputarannya (*turn over rate*). Berapa lama periode perputaran dari modal kerja adalah tergantung kepada berapa lama periode perputaran dari masing-masing komponen dari modal kerja tersebut.

Aktivitas yang berhubungan dengan penjualan kredit dimulai dari aliran kas keluar untuk mendapatkan *inventory* untuk kemudian dilakukan penjualan baik tunai maupun kredit yang akhirnya akan terjadi aliran kas masuk. Karena dalam aktivitas penjualan kredit tidak langsung menghasilkan kas tetapi harus melalui piutang dagang, maka ditetapkan kebijakan kredit atau berupa syarat kredit. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa syarat dalam penjualan kredit tersebut salah satunya adalah *cash discount*.

Yang menjadi indikator kebijakan *cash discount* dalam penelitian ini adalah besarnya realisasi *cash discount* yang dimanfaatkan oleh *customer* yang dihitung dari rasio perbandingan antara *cash* yang diterima setelah dikurangi *cash discount* dengan jumlah pemanfaatan *cash discount*. Apabila kebanyakan *customer* memanfaatkan penawaran *cash discount* yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin cepat pula pemasukan kas yang diperoleh dari hasil penjualan kredit, perputaran piutang semakin cepat, dan investasi dalam piutang akan semakin kecil. Sebaliknya jika kebanyakan *customer* tidak memanfaatkan penawaran *cash discount* yang diberikan oleh perusahaan, maka alur masuknya kas perusahaan atau perputaran kas dan perputaran piutang akan semakin lambat dan investasi berupa piutang akan semakin banyak dan semakin besar pula resiko yang harus dihadapi oleh perusahaan tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kebijakan *cash discount* yang dilaksanakan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya saldo piutang dagang dan cepat lambatnya perputaran piutang dalam perusahaan

tersebut karena salah satu cara untuk merangsang terkumpulnya piutang adalah dengan pemberian *cash discount* tersebut.

Sedangkan yang menjadi indikator dari perputaran piutang itu sendiri adalah besarnya rasio *receivable turn over* (RTO) yang terjadi dalam perusahaan. Kieso, et al (2002:386) mendefinisikan piutang sebagai berikut : “piutang dagang adalah jumlah yang terutang oleh *customer* untuk barang dan jasa yang telah diberikan sebagai bagian dari operasi bisnis normal”. Definisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan seringkali menjual produknya secara kredit, yang mengakibatkan timbulnya piutang bagi perusahaan tersebut dalam rangka memperbesar volume penjualan.

Piutang dagang juga dapat digolongkan sebagai alat pembayaran yang likuid, oleh karena itu likuiditasnya harus pula diuji. Alat untuk menguji piutang dagang ini adalah ratio perputaran piutang dan jumlah hari piutang.

Perputaran piutang mengukur hubungan antara jumlah piutang dalam sebuah perusahaan dengan kebijakan dalam pemberian piutang serta keberhasilan bagian penagihan dalam menagih piutang. Hal tersebut ditunjukkan dengan rasio berapa lama waktu yang diperlukan bagi rata-rata piutang yang ada dapat berubah menjadi kas.

Henry Simamora (1998:243) mengemukakan bahwa “Perputaran piutang (*Account Receivable*) adalah rasio yang memperlihatkan lamanya waktu dalam satu tahun untuk mengubah piutang dagang menjadi kas.”

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

1.6. 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”.