

ABSTRAK

Persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif dan kompleks mendorong perusahaan-perusahaan untuk memperbaiki manajemen perusahaannya dan mengadakan perubahan-perubahan sehingga dapat melangsungkan kegiatan usahanya dalam menghadapi persaingan. Dalam usaha untuk mempertahankan kontinuitas atau kelangsungan usahanya perusahaan harus meningkatkan penjualan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti dengan memberikan potongan harga (*discount*), atau dengan menurunkan harga penjualannya. Namun pada dasarnya perusahaan dihadapkan pada dua alternatif penjualan, yaitu penjualan secara kredit dan penjualan secara tunai.

Perusahaan pada umumnya lebih menyukai penjualan secara tunai, tetapi untuk meningkatkan hasil penjualannya dan karena situasi perekonomian yang mengalami krisis dari tahun 1997 sampai dengan sekarang, ditambah lagi persaingan yang semakin tajam sehingga perusahaan sulit melakukan penjualan secara tunai, sehingga PD "X" melakukan penjualan kredit untuk menghadapi persaingan. Selain untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan, penjualan kredit juga bertujuan untuk bersaing menjangkau konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin.

Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan manajemen piutang yang baik, sehingga dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu yang berkaitan dengan likuiditas perusahaan serta perusahaan juga mampu untuk mencetak laba maksimal yang berkaitan dengan profitabilitas perusahaan.

Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif analisis dan metode kausal, dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara teknik wawancara dan teknik observasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis rasio finansial, analisis likuiditas, analisis profitabilitas, analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi pearson.

PD "X" adalah distributor air mineral merk Ron 88 untuk daerah Priangan Timur yaitu Tasikmalaya, Ciamis, Banjar, dan Garut. PD "X" ingin meningkatkan penjualan sehingga melakukan penjualan kredit.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dalam jangka waktu tahun 2001 sampai tahun 2006. Tingkat perputaran piutang perusahaan ini dinilai "kurang baik" karena menunjukkan tingkat perputaran piutang yang semakin lama setiap tahunnya. Hari rata-rata pengumpulan piutangnya juga dinilai "kurang baik" karena waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan piutang semakin panjang, tetapi masih dalam periode kredit yang ditetapkan perusahaan. Perhitungan rasio likuiditas yang diwakili oleh *current ratio* dinilai "baik" karena meningkat dari tahun ke tahun, walaupun dalam tahun-tahun tertentu mengalami penurunan. Perhitungan rasio profitabilitas yang diwakili oleh *earning power ratio* dinilai "baik" meskipun pada tahun-tahun tertentu juga mengalami penurunan. Akan tetapi, tingkat profitabilitas perusahaan ini masih dapat dikatakan cukup tinggi. Hasil analisis regresi dan pearson menyatakan : *Account Receivable Turnover tidak berpengaruh* terhadap *ROI*, *Account Receivable Turnover berpengaruh* terhadap *current ratio*, *Average Collection Period berpengaruh* terhadap *current ratio*, *Average Collection Period berpengaruh* terhadap *ROI*.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Keuangan	12
2.2 Pengertian dan Tujuan Kredit	13
2.3 Pengertian Piutang dan Manajemen Piutang	15
2.3.1 Piutang	15
2.3.2 Manajemen Piutang	17
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Besar Kecilnya Investasi dalam Manajemen Piutang	18

2.5	Kebijakan Dalam Manajemen Piutang	20
2.5.1	Seleksi Pelanggan	21
2.5.1.1	Formula 4P	22
2.5.1.2	Formulasi 5C	22
2.5.2	Analisa Kredit	23
2.5.3	Standar Kredit	25
2.5.4	Persyaratan Kredit	28
2.5.4.1	Potongan Tunai	28
2.5.4.2	Periode Potongan Tunai	29
2.5.4.3	Periode Kredit	31
2.6	Kebijakan Pengumpulan Piutang	32
2.6.1	Tingkat Perputaran Piutang dan Hari Rata-Rata Pengumpulan Piutang	32
2.6.2	Kebijakan Pengumpulan Piutang	33
2.7	Analisa Rasio	35
2.7.1	Analisa Rasio Likuiditas	35
2.7.2	Analisa Rasio Profitabilitas	37

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	40
3.1.1	Sejarah Perusahaan	40
3.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	41

3.1.3	Produk Perusahaan	42
3.2	Metode Penelitian	42
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	43
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.3	Teknik Analisis Data	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Manajemen Piutang yang diberlakukan PD "X"	49
4.1.1	Kriteria Seleksi bagi Pelanggan	49
4.1.2	<i>Credit Terms</i> pada PD "X"	50
4.1.3	Standar Kredit PD "X"	51
4.1.4	Pencatatan Piutang PD "X"	52
4.1.5	Kebijakan Penagihan Piutang PD "X"	54
4.1.6	Evaluasi Terhadap Kebijakan Kredit dan Penagihan Piutang PD "X"	55
4.2	Analisis Perkembangan Piutang melalui Analisa Vertikal dan Analisa Horisontal Laporan Keuangan	58
4.2.1	Analisa Vertikal Laporan Laba Rugi	59
4.2.2	Analisa Vertikal Neraca	61
4.2.3	Analisa Horisontal Laporan Laba Rugi	63
4.2.4	Analisa Horisontal Neraca	66
4.3	Analisis Rasio Likuiditas dan Profitabilitas	68

4.3.1	Analisis Rasio Likuiditas	69
4.3.2	Analisis Rasio Profitabilitas	70
4.4	Analisis Regresi dan Korelasi	71
4.5	Hasil Uji Hipotesis	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Efek dari adanya Standar Kredit	27
Tabel 2.2 Efek Perubahan dengan Adanya Potongan Tunai	29
Tabel 2.3 Efek Perubahan dalam Periode Potongan Tunai	30
Tabel 2.4 Efek terhadap Profit sebagai Akibat Meningkatnya Periode Kredit	31
Tabel 3.1 Produk Perusahaan	42
Tabel 4.1 Contoh Kartu Piutang	53
Tabel 4.2 <i>Average Collection Period</i> dan <i>Account Receivable Turnover</i>	56
Tabel 4.3 Analisa Vertikal Laporan Laba Rugi tahun 2001 – tahun 2006	59-60
Tabel 4.4 Analisa <i>Balance Sheet</i> tahun 2001 – tahun 2006	61-63
Tabel 4.5 Analisa Horisontal Laporan Laba Rugi	64-65
Tabel 4.6 Analisa Horisontal <i>Balance Sheet</i>	66-68
Tabel 4.7 Hasil Rasio Lancar	69
Tabel 4.8 Hasil ROI	71
Tabel 4.9 Data Input Analisis Regresi	73
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Account Receivable Turnover Terhadap ROI	73
Tabel 4.11 Data Input Analisis Regresi	74
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Account Receivable Turnover Terhadap Current Ratio	74
Tabel 4.13 Data Input Analisis Regresi	75
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Average Collection Period Terhadap ROI	75
Tabel 4.15 Data Input Analisis Regresi	76

Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Average Collection Period Terhadap Current Ratio	77
Tabel 4.15 Analisis Korelasi Pearson ART – ROI	79
Tabel 4.16 Analisis Korelasi Pearson ART – Current Ratio	79
Tabel 4.17 Analisis Korelasi Pearson ACP – ROI	80
Tabel 4.18 Analisis Korelasi Pearson ACP – Current Ratio	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran	10
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan	41