

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Terjadinya krisis ekonomi di Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 telah mempengaruhi semua bidang kehidupan. Hal ini menuntut dunia usaha untuk memperbaiki pengelolaan manajemennya di segala bidang.

Salah satu dampak dari krisis ekonomi tersebut adalah menurunnya kemampuan daya beli masyarakat yang mengakibatkan penurunan yang cukup banyak pada volume penjualan. Hal ini disebabkan karena harga barang-barang yang naik drastis, sementara pendapatan masyarakat relatif tetap. Salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan adalah melakukan penjualan secara kredit.

Penjualan kredit akan meningkatkan piutang dagang perusahaan karena tidak menghasilkan penerimaan dalam kas, tapi akan menimbulkan tagihan pada pelanggan dan setelah jatuh tempo barulah kas mencair. Jadi penjualan kredit merupakan salah satu bentuk investasi, sehingga untuk mengamankan dan mengendalikan piutang dagang dari suatu perusahaan perlu manajemen piutang yang baik dari perusahaan yang bersangkutan. Menurut Bambang Riyanto, (1995:85) “Manajemen piutang terutama menyangkut masalah pengendalian piutang, pengendalian pemberian kredit dan pengumpulan serta evaluasi terhadap politik kredit yang dijalankan perusahaan.”. Piutang akan berkaitan dengan

likuiditas karena dengan adanya piutang yang lancar maka perusahaan dapat memperoleh uang kas yang dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sedangkan bila piutang tidak lancar, persediaan uang kas akan berkurang dan perusahaan harus menganggarkan uang kasnya untuk piutang ragu-ragu yang tidak terbayar oleh pelanggan. Piutang juga berkaitan dengan rentabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba. Dengan kebijakan kredit, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (PT. INTI) sebagai badan yang menyelenggarakan pelayanan dalam bidang telekomunikasi di Indonesia, dituntut untuk selalu tumbuh dan berkembang searah dengan perkembangan pembangunan di Indonesia yang tidak lepas dari perkembangan teknologi dimana peranan informasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan. Dengan demikian peranan telekomunikasi menjadi semakin dibutuhkan dan tentunya kondisi ini menuntut PT. INTI untuk melakukan penanganan yang seksama terhadap seluruh aspek yang terdapat di dalam perusahaan, termasuk piutang perusahaan.

PT. INTI melakukan penjualan tunai dan kredit, tetapi sebagian besar penjualannya adalah penjualan kredit. Maka dari itu pengelolaan piutang yang tidak baik akan menimbulkan kesulitan likuiditas dan rentabilitas bagi perusahaan. Kedua penilaian tersebut sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mengetahui keberhasilan dari penjualan tersebut.

Berdasarkan pemikiran akan pentingnya manajemen piutang yang baik bagi sebuah perusahaan yang melakukan penjualannya secara kredit, maka penulis

tertarik untuk melakukan penelitian pengelolaan piutang pada PT. INTI dengan memilih pokok pembahasan dengan judul **“Peranan Manajemen Piutang dalam Meningkatkan Likuiditas dan Rentabilitas pada PT. INTI”**

1.2. Identifikasi Masalah

Kebijakan perusahaan melakukan penjualan kredit sebagai usaha untuk menarik minat beli pelanggan perlu mendapat perhatian khusus, karena investasi dana pada piutang melibatkan hubungan timbal balik antara laba dan resiko, oleh karena itu perlu manajemen piutang yang efektif yang mengelola pemberian kredit sampai penagihannya. Masalah-masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana perusahaan menjalankan manajemen piutang.
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam pemberian kredit.
3. Bagaimana peranan manajemen piutang yang dilaksanakan PT. INTI dalam meningkatkan likuiditas dan rentabilitasnya.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis pada perusahaan ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana perusahaan menjalankan manajemen piutangnya.

2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam pemberian kredit.
3. Mengetahui peranan manajemen piutang yang dilaksanakan PT. INTI dalam meningkatkan likuiditas dan rentabilitasnya.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, untuk memperdalam pemahaman mengenai manajemen piutang dagang dan pengaruhnya terhadap likuiditas dan rentabilitas perusahaan. Selain itu juga untuk melihat sejauhmana penerapan dari teori-teori yang didapat selama perkuliahan dalam praktek yang sebenarnya yang diharapkan dapat menambah wawasan penulis yang tentunya akan berguna bagi penulis di masa yang akan datang.
2. Perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pemikiran dan masukan yang bermanfaat dalam pengelolaan piutang dagang.
3. Pihak-pihak lain yang berminat untuk memahami lebih lanjut mengenai manajemen piutang dagang dan pengaruhnya terhadap likuiditas dan rentabilitas perusahaan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Titik tolak pembahasan dalam penelitian ini dimulai dari analisis faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemberian kredit yaitu 5 C, yang meliputi: *Character* (kepribadian), digunakan untuk memperkirakan

kemungkinan bahwa pelanggan mau memenuhi kewajibannya. *Capacity* (kemampuan), merupakan penilaian subjektif atas kemampuan pelanggan untuk membayar. *Capital* (kapital / modal), diukur dengan posisi keuangan peminjam. *Collateral* (kolateral), diberikan kepada pelanggan dalam bentuk aktiva sebagai jaminan atas kredit yang diberikan. *Condition* (kondisi), berhubungan dengan dampak kecenderungan ekonomi secara umum terhadap perusahaan / perkembangan khusus di sektor ekonomi tertentu yang mungkin berpengaruh terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya. Semua informasi tentang faktor tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk pengalaman menjalin hubungan dengan pelanggan di masa lampau.

Setelah melakukan analisis faktor 5 C, perusahaan perlu menetapkan standar untuk pemberian kredit. Standar kredit merupakan rincian nilai-nilai / karakteristik-karakteristik yang menentukan apakah seorang pelanggan akan menerima kredit. Untuk menentukan standar kredit yang optimum perusahaan perlu membandingkan antara biaya marginal pemberian kredit dan laba marginal dari peningkatan penjualan. Menurut Syafaruddin Alwi, (1993:58) yang termasuk dalam biaya marginal adalah:

1. Kerugian karena piutang ragu-ragu.
2. Biaya pemeriksaan dan penagihan yang lebih tinggi.
3. Dana yang lebih besar yang tertahan dalam piutang dagang yang mengakibatkan biaya modal lebih tinggi karena pelanggan yang kurang layak menerima kredit, menunda pembayarannya.

Keputusan selanjutnya yang diambil perusahaan adalah menentukan syarat kredit. Suatu syarat kredit menetapkan adanya periode di mana kredit diberikan dan potongan tunai (jika ada) untuk pembayaran yang dilakukan lebih awal. Misalnya jika perusahaan menetapkan syarat kredit kepada semua pelanggan sebagai berikut $2/10$, net 30, maka artinya ada potongan tunai sebesar 2% diberikan jika pembayaran dilakukan dalam jangka waktu 10 hari dan jika potongan tunai tidak dimanfaatkan maka pembayaran harus dilakukan selambat-lambatnya 30 hari setelah transaksi. Kebijakan piutang juga merupakan bagian dalam manajemen piutang, karena dalam jangka waktu tertentu pinjaman tersebut harus dikembalikan dan perusahaan harus menemukan cara yang tepat untuk menagihnya apalagi bagi pelanggan yang seringkali tidak tepat pelunasannya.

Semua masalah yang terdapat dalam manajemen piutang tersebut yaitu persyaratan kredit, standar kredit, dan masalah pengumpulan piutang serta pengelolaan piutang merupakan masalah yang harus diperhatikan dalam perusahaan. Apalagi perusahaan memberikan penjualan kredit dalam rangka pencapaian peningkatan laba perusahaan.

Piutang suatu perusahaan akan sangat berkaitan dengan likuiditas suatu perusahaan. Dengan adanya piutang lancar, maka perusahaan dapat memperoleh uang kas yang digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, sedangkan jika macet, persediaan uang kas akan berkurang. Hal ini menyebabkan perusahaan harus menganggarkan uang kasnya untuk piutang ragu-ragu yang tidak terbayar oleh pelanggan.

Piutang suatu perusahaan berkaitan juga dengan rentabilitas suatu perusahaan yang menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva / modal yang menghasilkan laba tersebut. Tetapi tidak menjadi jaminan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai tingkat laba tinggi secara otomatis dapat menyebabkan tingkat rentabilitas menjadi tinggi yang mencerminkan efisiensi dan efektivitas dalam perusahaan karena tingkat laba yang tinggi mungkin saja dihasilkan dari penggunaan asset yang relatif besar juga.

1.6. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Library research, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari teori-teori yang mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti melalui bahan tulisan serta literatur yang tersedia.
- b. Field research, yaitu observasi langsung kepada objek yang hendak diteliti dan mengadakan wawancara dengan pihak yang bersangkutan.

Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Wawancara, yaitu tanya jawab dengan perusahaan untuk memperoleh keterangan yang berhubungan dengan topik penelitian.
- b. Observasi, yaitu pengamatan terhadap kegiatan-kegiatan di perusahaan yang berhubungan dengan topik penelitian.

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah peranan manajemen piutang dagang dalam meningkatkan likuiditas dan rentabilitas. Variabel yang diukur adalah kinerja dari piutang dagang, likuiditas, dan rentabilitas perusahaan.

Manajemen piutang dagang dapat diukur dengan account receivable turnover dan average age of account receivable. Sedangkan likuiditas perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio likuiditas, yaitu Current Ratio, Quick Ratio, dan Cash Ratio, sedangkan rasio rentabilitas, yaitu ROI, ROE, Gross Profit Margin, dan Net Profit Margin. Teknik pengolahan data yang digunakan untuk perhitungan jangka waktu pembayaran piutang adalah melalui tingkat perputaran piutang (receivable turnover) dari hari rata-rata pengumpulan piutang.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. INTI, Jl.Mohammad Toha no. 77, Bandung. Waktu penelitian dimulai pada bulan September hingga bulan Desember 2005.