

EVALUASI KINERJA MANAJEMEN PIUTANG DI PT SMP



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**

Oleh:

Liliana

2015120127

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-

ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

RECEIVABLE PERFORMANCE EVALUATION IN PT SMP

sk



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By:

Liliana

2015120127

PARAHYANGAN KATOLIK UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI
EVALUASI KINERJA MANAJEMEN PIUTANG DI PT SMP

Oleh:
Liliana
2015120127

Bandung, 15 Februari 2023
Ketua Program Sarjana Manajemen,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Istiharini", written over a horizontal line.

Dr. Istiharini, CMA., CPM

Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Budiana Gomulita", written over a horizontal line.

Dr. Budiana Gomulita, Dra., M.Si

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Liliana
Nomor Pokok Mahasiswa : 2015120127
Program Studi : Manajemen
Pembimbing : Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.
Ko Pembimbing :
Tanggal ujian skripsi : 15 Februari 2023
Judul (Bahasa Indonesia) : Evaluasi Kinerja Manajemen Piutang di PT SMP
Judul (Bahasa Inggris) : Receivable Performance Evaluation in PT SMP

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case)

Judul (Bahasa Indonesia) : sesuai
-

Judul (Bahasa Inggris) : sesuai
-

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

Format penulisan skripsi, cara pengutipan -APA

Format penulisan, referensi menggunakan APA style.

3. Perbaiki di Bab 1

sesuai
-

4. Perbaiki di Bab 2

sesuai
-

5. Perbaiki di Bab 3

Perbaiki bagan organisasi dengan - job desc Alur kegiatan perusahaan disusun berdasarkan kegiatannya
-

6. Perbaiki di Bab 4

sesuai
-

7. Perbaiki di Bab 5

sesuai
-

Bandung, 15 Februari 2023

Ketua Program Studi,

Dr. Istiharini, SE., MM., CMA.

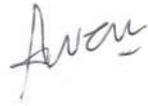
Penguji (Pembimbing),



Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.

Ko Pembimbing

Penguji



Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng

Penguji



Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Liliana

Tempat, tanggal lahir : Sei Raya, 18 Oktober 1996

NPM : 2015120127

Program studi : Manajemen

Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Evaluasi Kinerja Manajemen Piutang Di PT SMP

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termaksud tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak RP. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 3 Februari 2023

Pembuat pernyataan:



(Liliana)

ABSTRAK

Pertumbuhan nilai kredit konsumsi di Indonesia terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dalam pemberian kredit ada risiko kredit tidak dikembalikan karena ketidakmampuan membayar atau hilangnya jejak peminjam. Nilai kredit bermasalah di Indonesia juga terus meningkat. Hal ini menunjukkan bagaimana perilaku masyarakat di Indonesia yang menyukai pembelian secara kredit dan perlunya kewaspadaan dalam pemberian piutang. PT SMP memiliki nilai perputaran piutang yang terus mengalami penurunan kinerja. Hal ini menunjukkan adanya masalah dalam pemberian kebijakan dan penagihan piutang.

PT SMP memiliki konsumen sebanyak ±150 toko. Penelitian ini melakukan evaluasi kinerja terhadap Toko A dan Toko B pada periode 2018-2021 yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemberian kredit dilaksanakan berdasarkan analisis 5K+1K yaitu Karakter, Kemampuan, Kapital, Kolateral, Kondisi, dan Kasus Masa Lampau. Kemudian dengan metode perhitungan rasio aktivitas piutang yaitu rasio perputaran piutang serta dalam evaluasi kebijakan piutang dapat dilihat dengan memperhitungkan biaya kesempatan dimana biaya kesempatan yang ada di PT SMP adalah biaya bunga bank.

Hasil evaluasi kinerja kedua toko tersebut berdasarkan perputaran piutang tahunan menunjukkan perkembangan yang baik. Perusahaan secara umum berhasil mempercepat perputaran piutangnya namun biaya kesempatan yang timbul akibat perubahan kebijakan syarat kredit dan kebijakan penagihan pada periode 2020 dan 2021 tetap ada.

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan perlu memperbaiki pencatatan piutang serta melakukan analisis piutang terhadap setiap konsumennya secara berkala untuk mengevaluasi kebijakan kredit dan kebijakan penagihan yang sudah dilakukan. Mencatat kebijakan kredit dan kebijakan penagihan

Kata Kunci: piutang, kinerja piutang, perputaran piutang, biaya kesempatan

ABSTRAC

The growth in the value of consumer credit in Indonesia continues to increase every year. In granting credit there is a risk of credit not being returned due to inability to pay or loss of traces of the borrower. The value of non-performing loans in Indonesia also continues to increase. This shows how the behaviour of people in Indonesia who prefer credit purchases and the need for vigilance in granting receivables. PT SMP has a receivables turnover value that continues to experience a decline in performance. This indicates a problem in granting policies and collection of receivables.

PT SMP has consumers of ± 150 shops. This study evaluates the performance of Shop A and Shop B in the 2018-2021 period which aims to find out how credit is granted based on a 5K + 1K analysis, namely Character, Capability, Capital, Collateral, Condition, and Past Cases. Then with the method of calculating the ratio of receivables activity, namely the receivables turnover ratio and in evaluating receivables policies, it can be seen by considering the opportunity cost where the opportunity cost in PT SMP is the bank's interest costs.

The results of the evaluation of the performance of the two stores based on annual receivables turnover showed good progress. The company has generally succeeded in accelerating the turnover of its receivables, however, opportunity costs arising from changes in credit terms and collection policies in the 2020 and 2021 periods remain.

Based on the research results, the company needs to improve the recording of accounts receivable and conduct an analysis of accounts receivable on each of its customers on a regular basis to evaluate the credit policies and collection policies that have been carried out. Record credit policies and billing policies

Keywords: receivables, receivables performance, accounts receivable turnover, opportunity cost

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Sanghyang Adi Buddha yang sudah memberikan Anugrah dan cinta kasihnya sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “*Evaluasi Kinerja Manajemen Piutang Di PT SMP*” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Manajemen (S1) Jurusan Manajemen.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, perusahaan akan melakukan keputusan penting untuk membangun perusahaan agar dapat terus berkembang. Salah satu keputusan penting yang dilakukan perusahaan adalah saat melakukan penjualan secara kredit yang berarti perusahaan akan menginvestasikan uang yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan lebih. Dalam pemberian kredit perusahaan akan menentukan kebijakan pemberian serta penagihan kredit kepada konsumen. Melakukan investasi pada penjualan kredit perusahaan tentunya harus menghadapi konsekuensi dimana kemungkinan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan tidak berhasil dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu diperlukan evaluasi kinerja atas kebijakan pemberian maupun penagihan piutang yang dilakukan perusahaan agar tujuan awal dalam pemberian kredit yang sudah dilakukan perusahaan tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Penulis menyadari dalam setiap perjalanan penulis untuk menyelesaikan program studi Sarjana Manajemen ini banyak pihak yang terlibat dalam prosesnya. Dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih dan berdoa agar setiap kebaikan yang telah diberikan pihak-pihak tersebut dapat dibalas oleh Tuhan yang Maha Esa berkali-kali lipat. Pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih tersebut kepada:

1. Kedua orang-tua yang sudah membantu dalam segi keuangan dan memberikan semangat serta kedua adik saya Fendy Candhadinata dan Cristina Chandradinata yang sudah membantu dan menyemangati penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini;
2. Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan pembimbing skripsi penulis yang selama ini sudah sangat sabar dan

mengerti, senantiasa membimbing saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini, serta memberikan nasihat-nasihat yang berharga bagi saya;

3. Dr. Vera Intanie Dewi, S.E., M.M. selaku dosen wali penulis yang sabar dan yang memberikan dukungan penuh agar saya tetap semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;
4. Dr. Istiharini, CMA, CPM selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen yang sudah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan memahami kondisi yang saya alami selama ini;
5. Fernando Mulia, SE., M.Kom. selaku dosen yang sudah meluangkan waktu dan memperhatikan saya serta Ibu Susilowati selaku ketua tata usaha Fakultas Ekonomi Unpar yang sudah meluangkan waktu dan membantu dalam proses administrasi serta memberikan semangat untuk penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Semua Dosen-Dosen yang pernah mengajar penulis
7. Kepada grup 7 Lipa yang sudah menemani perjalanan penulis selama berkuliah di kampus dan memperhatikan saya walaupun saya tidak memberi tahu dan terus menyemangati saya agar tidak menyerah;
8. Kepada 7 bujang BTS (Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook) sudah menemani hari-hari saya yang penuh dengan lika-liku selama beberapa tahun terakhir yang memberikan motivasi sekaligus hiburan.
9. Serta semua pihak yang terlibat yang memberikan dukungan secara moral maupun kegiatan administratif yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Bandung, Februari 2020

Liliana

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR LAMPIRAN.....	11
BAB 1 PENDAHULUAN	12
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	12
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	21
1.3. Tujuan Penelitian	21
1.4. Manfaat Penelitian	22
1.5. Kerangka Pemikiran	22
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1. Manajemen Piutang	25
2.1.1. Kebijakan Kredit	28
2.1.2. Kebijakan Penagihan.....	32
2.1.3. 6-K dalam Kredit.....	32
2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Piutang.....	37
2.3. Kinerja Piutang	41
2.1.1. Rasio Aktivitas Piutang.....	41
2.3.2 Evaluasi Kebijakan Kredit.....	43
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	45
3.1. Metode Penelitian	45
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3. Langkah-Langkah Penelitian	47

3.4. Objek Penelitian.....	49
3.5.1. Gambaran Umum Perusahaan	49
3.5.2. Alur Kegiatan Perusahaan	52
3.5.3. Visi dan Misi Perusahaan	53
3.5.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
BAB 4 PEMBAHASAN	56
4.1. Kinerja Manajemen Piutang Toko A tahun 2018-2021	56
4.1.1. Pencatatan Penjualan dan Piutang Toko A.....	56
4.1.2. Kebijakan Piutang dan Penagihan Toko A.....	60
4.1.3. Evaluasi Kinerja Piutang Toko A.....	61
4.2. Kinerja Manajemen Piutang Toko B tahun 2018-2021	69
4.2.1 Pencatatan Penjualan dan Piutang Toko B.....	69
4.2.2 Kebijakan Piutang dan Penagihan Toko B.....	72
4.2.3 Evaluasi Kinerja Piutang Toko B.....	73
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Kesimpulan	81
5.1.1. Kinerja Manajemen Piutang Toko A periode 2018-2020	81
5.1.2. Kinerja Manajemen Piutang Toko B periode 2018-2020	83
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Nilai Kredit Konsumsi dan Nilai Total Kredit Konsumsi di Indonesia (dalam miliar rupiah).....	12
Gambar 1.2. Pertumbuhan Nilai NPL dan Nilai Total NPL Konsumsi di Indonesia (dalam miliar rupiah)	14
Gambar 1.3. Persentase Perubahan Pendapatan Perusahaan Pada Periode Survei Juli 2020 dan Oktober 2020.....	15
Gambar 1.4. Perbandingan Persentase Perusahaan Yang Masih Bertahan Beroperasi Menurut Perubahan Pendapatan Dan Periode Survei....	15
Gambar 1.5. Persentase Perubahan Pendapatan Perusahaan Hasil Survei Oktober 2021 di Jawa Barat.....	16
Gambar 1.6. Perbandingan Penjualan PT SMP Tahun 2018-2021	18
Gambar 1.7. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1. Alur Kegiatan Perusahaan	53
Gambar 3.2. Struktur Organisasi PT SMP	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perputaran Persediaan PT SMP	19
Tabel 1.2. Perputaran Piutang PT SMP	20
Tabel 3.1. Nilai Piutang Belum Tertagih/ Tak Tertagih Periode 2022	51
Tabel 4.1. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Toko A Tahun 2018.....	56
Tabel 4.2. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Toko A Tahun 2019.....	57
Tabel 4.3. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Bulanan Tahun 2020.....	58
Tabel 4.4. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Bulanan Tahun 2021	59
Tabel 4.5. Perputaran Piutang Toko A.....	61
Tabel 4.6. Total Biaya Kesempatan Tahun 2018.....	63
Tabel 4.7. Total Biaya Kesempatan Tahun 2019.....	64
Tabel 4.8. Total Biaya Kesempatan Tahun 2020.....	65
Tabel 4.9. Total Biaya Kesempatan Tahun 2021	66
Tabel 4.10. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Toko B Tahun 2018.....	69
Tabel 4.11. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Toko B Tahun 2019	70
Tabel 4.12. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Toko B Tahun 2020	71
Tabel 4.13. Penjualan dan Saldo Akhir Piutang Toko B Tahun 2021	72
Tabel 4.14. Perputaran Piutang Toko B	73
Tabel 4.15. Total Biaya Kesempatan Toko B Tahun 2018.....	75
Tabel 4.16. Total Biaya Kesempatan Toko B Tahun 2019.....	76
Tabel 4.17. Total Biaya Kesempatan Toko B Tahun 2020.....	77
Tabel 4.18. Total Biaya Kesempatan Toko B Tahun 2021	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Catatan Transaksi Penjualan dan Pembayaran Piutang Toko A.....	90
Lampiran 2 Catatan Transaksi Penjualan dan Pembayaran Piutang Toko B.....	98
Lampiran 3 Contoh Pencatatan Data Penjualan PT SMP	137
Lampiran 4 Contoh File Pencatatan Piutang PT SMP	138
Lampiran 5 Contoh Tampilan Penulisan Catatan Piutang Tahunan PT SMP	139
Lampiran 6 Laporan Hasil Wawancara.....	141

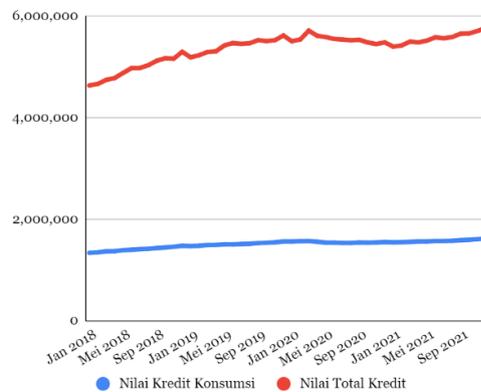
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan nilai kredit konsumsi di Indonesia terus mengalami peningkatan. Secara keseluruhan kenaikan nilai kredit konsumsi di Indonesia sampai akhir tahun 2021 sebesar 21.29% dibandingkan pada awal tahun 2018, dimana pada awal tahun 2018 nilai kredit konsumsi di Indonesia tercatat sebesar 1.335.418 miliar rupiah dan pada akhir tahun 2021 nilai kredit konsumsi di Indonesia tercatat menjadi 1.619.696 miliar rupiah. Dapat dilihat pada gambar 1.1. grafik menunjukkan pertumbuhan yang cenderung stabil untuk nilai kredit konsumsi dibandingkan dengan nilai total kredit konsumsi di Indonesia.

Gambar 1.1. Pertumbuhan Nilai Kredit Konsumsi dan Nilai Total Kredit Konsumsi di Indonesia (dalam miliar rupiah)



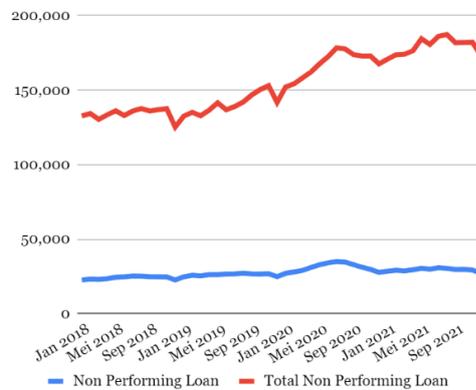
Sumber: bps.go.id

Pada akhir tahun 2018 nilai pertumbuhan kredit di Indonesia naik sebesar 10,35%. Kemudian pada akhir tahun 2019 kembali mengalami pertumbuhan sebesar 5,87% dibandingkan pada awal tahun 2019 namun pada akhir tahun 2020 pertumbuhan nilai kredit konsumsi sempat mengalami penurunan sebesar -0,66% dibandingkan pada awal tahun 2020. Walaupun sempat mengalami penurunan pertumbuhan nilai kredit konsumsi di tahun 2020, nilai kredit konsumsi

di Indonesia kembali mengalami peningkatan sebesar 5,05% pada akhir tahun 2021 dibandingkan pada awal tahun 2021. Kredit konsumsi sendiri dikutip dari kontan.co.id adalah *consumer credit; personal credit; consumer loan* yaitu kredit yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya kepada pihak perseorangan, termasuk pegawai bank pelapor, untuk keperluan barang konsumsi dengan cara membeli, menyewa, atau dengan cara lain.

Pemberian kredit memiliki risiko dimana kredit atau pinjaman yang diberikan kepada orang lain tidak dapat dikembalikan karena ketidakmampuan membayar seseorang maupun karena hilangnya jejak orang tersebut. Berdasarkan data bps.go.id, nilai kredit konsumsi yang bermasalah atau *non performing loan* (NPL) untuk kredit konsumsi terus meningkat dimana pada akhir tahun 2019 nilai NPL kredit konsumsi mengalami peningkatan sebesar 9,91% dibandingkan dengan akhir tahun 2018. Kemudian mengalami peningkatan lagi sebesar 11,21% pada akhir tahun 2020 dibandingkan pada akhir tahun 2019. Walaupun pada akhir tahun 2021 nilai NPL kredit konsumsi mengalami penurunan sebesar -1,38% jika dibandingkan dengan akhir tahun 2020. Secara keseluruhan kenaikan nilai NPL kredit konsumsi pada akhir tahun 2021 naik sebesar 20,70% dibandingkan awal tahun 2018 dengan nilai awal NPL kredit konsumsi pada awal tahun 2018 berada pada 22.620 miliar rupiah menjadi 27.303 pada akhir tahun 2021 dengan nilai NPL kredit konsumsi tertinggi sebesar 34.977 miliar rupiah pada bulan Juli 2020. Namun jika dibandingkan dengan nilai total NPL yang memiliki nilai fluktuatif yang cukup tinggi, nilai NPL kredit konsumsi sendiri bisa dilihat pertumbuhannya cukup stabil walaupun pada tahun 2020 sempat mengalami kenaikan. Hal ini dapat dilihat grafik yang ditunjukkan pada gambar 1.2.

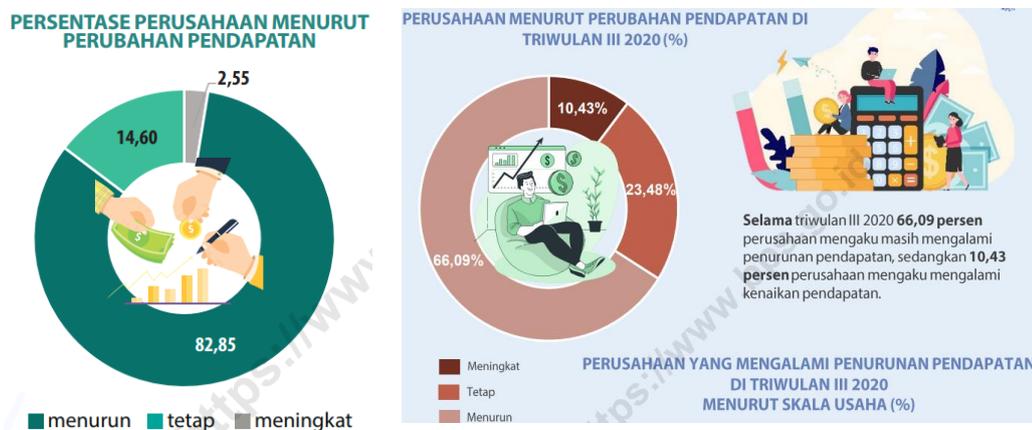
Gambar 1.2. Pertumbuhan Nilai NPL dan Nilai Total NPL Konsumsi di Indonesia (dalam miliar rupiah)



Sumber: bps.go.id

Seiring dengan pertumbuhan kredit konsumsi di Indonesia, pada tahun 2020 Indonesia mengalami masa pandemi Covid-19 yang mengakibatkan terhambatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini membuat perusahaan mengalami perubahan pada pendapatan yang diterima. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia 82,85% perusahaan di Indonesia mengalami penurunan pendapat, 14,60% memiliki pendapatan yang tetap, dan 2,55% perusahaan mengalami peningkatan pendapatan untuk periode survei pertama pada Juli 2020. Kemudian pada periode survei yang kedua (Oktober 2020), pada triwulan ke 3 di tahun 2020 sebanyak 66,09% perusahaan di Indonesia mengalami penurunan pendapatan, 23,48% masih mendapatkan pendapatan yang tetap, dan 10,43% perusahaan mengalami peningkatan pendapatan, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.3.

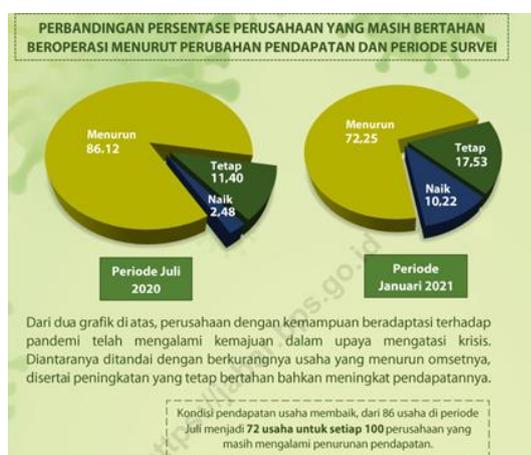
Gambar 1.3. Persentase Perubahan Pendapatan Perusahaan Pada Periode Survei Juli 2020 dan Oktober 2020



Sumber: Data Publikasi BPS Periode Survei Juli 2020 dan Oktober 2020

Pada periode Juli 2020, berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh BPS di Jawa Barat, 86.12% perusahaan mengalami penurunan pendapatan, 11.40% memiliki pendapatan tetap, dan 2.48% perusahaan mengalami peningkatan pendapatan. Kemudian pada periode survei Januari 2021 sebanyak 72.25% perusahaan mengalami penurunan pendapat, 17.53% perusahaan memiliki pendapatan tetap, dan 10.22% perusahaan mengalami peningkatan pendapatan, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4.

Gambar 1.4. Perbandingan Persentase Perusahaan Yang Masih Bertahan Beroperasi Menurut Perubahan Pendapatan Dan Periode Survei



Sumber: Data Publikasi BPS

Pada survei yang dilakukan pada Oktober 2021 masih terdapat 57,84% perusahaan yang mengalami penurunan pendapat, 25,37% perusahaan yang pendapatannya tidak berubah/tetap, dan 16,79% perusahaan lainnya mengalami peningkatan pendapatan.

Gambar 1.5. Persentase Perubahan Pendapatan Perusahaan Hasil Survei Oktober 2021 di Jawa Barat



Sumber: Data Publikasi BPS Periode Oktober 2021

Melalui data yang ada, dapat disimpulkan perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan persentasenya menurun setiap periode survei dilakukan, namun masih lebih dari 50% perusahaan di Indonesia maupun di Jawa Barat yang masih belum bisa beradaptasi dengan kondisi pandemi yang terjadi.

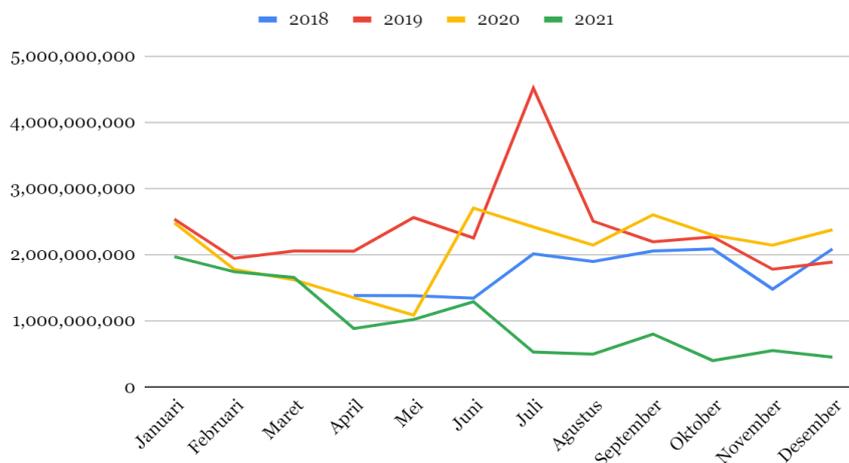
Perusahaan merupakan suatu organisasi yang didirikan untuk mendapatkan profit dengan menjual barang atau jasa kepada para konsumennya agar aktivitas perusahaan dapat berjalan. Sebagian besar perusahaan saat ini memberikan piutang atau penjualan secara kredit kepada para konsumennya untuk menaikkan penjualan serta pendapatan dengan syarat-syarat tertentu. Namun dalam memberikan piutang, perusahaan akan berinvestasi pada piutang tersebut. Menurut Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013: 377) “memiliki piutang menimbulkan biaya bagi perusahaan”, oleh sebab itu diperlukan perhitungan yang matang agar perusahaan mendapatkan peningkatan laba sesuai keinginan perusahaan dengan biaya yang sebanding atau lebih rendah dari pendapatan.

Pada praktiknya jika piutang yang diberikan perusahaan kepada konsumen tidak mampu ditagih kembali, maka dapat menimbulkan berbagai risiko bagi perusahaan seperti: kerugian terhadap barang modal serta biaya operasional yang telah dikeluarkan, ketidakmampuan membayar *supplier*, ketidakmampuan membayar gaji karyawan, dan bahkan kebangkrutan perusahaan. Namun jika perusahaan dapat mengelola piutangnya dengan baik, maka perusahaan akan mendapatkan profit/laba yang lebih baik dari pemberian piutang tersebut. Sehingga menurut Schaeffer (2002) dan Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013) dalam pemberian kredit diperlukan 5-K, yaitu Karakter, Kemampuan, Kapital, Koleteral, dan Kondisi untuk menganalisis kemampuan pemohon kredit dan ditambah 1-K oleh Mathur (2015) yaitu *case history* atau kasus lampau. Dimana pandemi covid-19 merupakan salah satu faktor 5-K yaitu kondisi, dimana perusahaan perlu untuk memperhatikan kondisi perekonomian yang terjadi secara umum serta kecenderungan perekonomian yang akan terjadi karena hal ini dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan akan berjalan kedepannya yang akan menentukan bagaimana sikap atau perilaku yang akan dilakukan oleh penerima piutang seperti menurut Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013) dalam pemberian kredit perlu untuk memperhatikan kondisi perekonomian pada umumnya serta kecenderungan (*trend*) perekonomian yang dapat mempengaruhi jalannya usaha perusahaan. Faktor ini juga dapat menentukan kemampuan perusahaan untuk menanggung risiko piutang tidak tertagih yang akan menjadi kerugian bagi perusahaan. Selain itu dalam menentukan pemberian kredit perusahaan perlu untuk memperhatikan salah satu biaya yang timbul akibat pemberian kredit, yaitu biaya kesempatan dimana menurut Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013: 378) biaya kesempatan merupakan “biaya yang berhubungan dengan peningkatan hasil yang disebabkan tidak adanya piutang atau peningkatan biaya dengan adanya piutang.”

PT SMP merupakan salah satu distributor untuk barang furnitur yang terbuat dari bahan plastik, alumunium, maupun besi. Perusahaan ini memiliki ± 150 konsumen yang tersebar di Jawa Barat. Perusahaan menjual barangnya secara tunai dan kredit. Hal ini dilakukan perusahaan untuk mendapatkan laba yang lebih besar serta meningkatkan daya saing perusahaan. Namun seiring berjalannya waktu dan kondisi pandemi yang terjadi di Indonesia PT SMP sendiri mengalami perubahan

dalam penjualan mereka. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.6. dimana grafik menunjukkan bagaimana perbandingan penjualan yang terjadi setiap bulannya selama periode tahun 2018-2021. PT SMP mengalami pertumbuhan penjualan dari tahun 2018-2019 sebesar 81,58% atau Rp 12.837.833.283 namun pada tahun 2020 mengalami penurunan penjualan sebesar -12,44% atau Rp (3.555.934.150) dibandingkan dengan tahun 2019 dimana tahun 2020 sendiri merupakan awal mula pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia. Pada tahun kedua masa pandemi, perusahaan mengalami penurunan penjualan yang cukup tajam sebesar -52,77% dibandingkan dengan tahun 2020 atau senilai Rp (13.201.534.270).

Gambar 1.6. Perbandingan Penjualan PT SMP Tahun 2018-2021



Sumber: data perusahaan

Berdasarkan data tersebut maka perusahaan perlu untuk memperhatikan serta memperbaiki/mengevaluasi kebijakan piutang yang sudah diberikan kepada para konsumen agar piutang yang diberikan oleh perusahaan tidak menjadi piutang yang tidak dapat ditagih. Hal ini perlu dilakukan oleh perusahaan agar dapat memaksimalkan pendapatan bukan hanya penjualan dimana ketika perusahaan memberikan piutang kepada konsumen maka perusahaan sedang melakukan investasi atas aset mereka seperti menurut Parasivan dan Subramanian (2009: 179) “*management of account receivable is defined as the process of making decision resulting to the investment of funds in these assets which will result in maximizing the overall return on the investment of the firm.*” Pada dasarnya piutang

sendiri jika tidak ditangani dengan baik dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan dari segi biaya-biaya yang sudah dikeluarkan seperti biaya pembelian barang, biaya operasi untuk mengirimkan barang dan menagihkan piutang. PT SMP sendiri menggunakan modal dari bank sehingga kerugian lain yang ditimbulkan dari piutang yang tak tertagih ini adalah perusahaan perlu untuk membayar sejumlah piutang yang diakibatkan piutang tak tertagih beserta dengan bunga yang mengakibatkan perusahaan perlu untuk mencari keuntungan melalui pelanggan-pelanggan lain agar dapat menutupi kerugian tersebut jika toko-toko tersebut tetap tidak membayar. Dimana biaya bunga tersebut merupakan biaya kesempatan yang timbul akibat adanya pemberian piutang.

Tabel 1.1. Perputaran Persediaan PT SMP

Tahun	Persediaan akhir	HPP Penjualan	Perputaran Persediaan	
			kali	hari
2018	Rp 1.338.401.900	Rp 13.331.139.272	9,96	36,64
2019	Rp 2.094.891.660	Rp 22.324.251.016	10,66	34,25
2020	Rp 857.690.167	Rp 19.422.624.303	22,65	16,12
2021	Rp 588.537.030	Rp 9.166.131.226	15,57	23,44

Sumber: data perusahaan

Berdasarkan tabel 1.1. yang dapat dilihat diatas, pada tahun 2018 persediaan di PT SMP dapat berputar sebanyak 9.96 kali atau dengan kata lain perusahaan dapat menjual barangnya dalam waktu selama kurang lebih 36,64 hari. Pada tahun 2019 persediaan yang dimiliki oleh perusahaan dapat berputar sebanyak 10,66 kali atau barang akan terjual dalam jangka waktu rata-rata 34,25 hari. Pada tahun 2020 perputaran persediaan perusahaan mengalami peningkatan yang cukup pesat dimana persediaan yang dimiliki perusahaan dapat berputar sebanyak 22,65 kali atau persediaan barang dapat terjual dalam waktu rata-rata 16,12 kali. Namun pada tahun 2021 perusahaan hanya dapat memutar persediaan mereka sebanyak 15,57 kali atau dengan kata lain barang persediaan yang dimiliki perusahaan dapat terjual dengan rata-rata waktu 23,44 hari. Walaupun nilai perputaran persediaan yang dimiliki perusahaan mengalami peningkatan sampai tahun 2021 akan tetapi

jika dibandingkan dengan pada tahun 2018 dapat dilihat bahwa persediaan perusahaan terus berkurang dan tidak terlihat adanya penambahan persediaan seperti yang terjadi pada tahun 2019 dan penjualan pun terus turun seiring dengan adanya pandemi Covid-19 yang terjadi.

Tabel 1.2. Perputaran Piutang PT SMP

Tahun	Penjualan	Piutang	Saldo Akhir Piutang	Perputaran Piutang	
				Kali	Hari
2018	Rp 18.109.497.024	Rp 4.015.702.481	Rp 4.216.929.481	4,29	84,99
2019	Rp 27.917.383.030	Rp 2.920.417.393	Rp 3.311.546.098	8,43	43,30
2020	Rp 22.240.690.671	Rp 3.229.159.577	Rp 4.151.827.096	5,36	68,14
2021	Rp 10.512.832.337	Rp 1.574.174.773	Rp 3.426.918.682	3,07	118,98

Sumber: data perusahaan

Berdasarkan data tabel 1.2. perputaran piutang diatas dapat dilihat nilai perputaran piutang PT SMP semakin memburuk walaupun pada tahun 2019 nilai perputaran piutang yang dimiliki mengalami kenaikan sebesar 96,31%. Dimana pada tahun 2019 perusahaan berhasil memutar piutangnya sebanyak 8,43 kali atau dalam waktu 43,30 hari piutang yang dimiliki perusahaan dapat tertagih menjadi tunai. Kemudian pada tahun 2020 kinerja perputaran piutang yang dimiliki PT SMP kembali menurun sebesar -36,46% yang berarti perusahaan hanya dapat memutar piutangnya atas penjualan kredit sebanyak 5,36 kali atau diperlukan waktu rata-rata 68,14 hari untuk mengubah penjualan kredit menjadi tunai. Pada tahun 2021 kinerja manajemen piutang PT SMP kembali mengalami penurunan sebesar -42,73% atau perusahaan hanya dapat memutar penjualan kreditnya menjadi tunai sebanyak 3,07 kali atau diperlukan waktu 118,98 hari agar penjualan kredit dapat berubah menjadi tunai. Berdasarkan data perputaran piutang tersebut dapat dilihat bahwa ada biaya kesempatan yang timbul akibat pemberian kredit dimana perusahaan memberikan periode kredit mulai dari 0 hari, 7 hari, 14 hari, 30 hari, 45 hari, 60 hari dan 90 hari kepada konsumen. Oleh sebab itu penilaian kinerja manajemen piutang terhadap konsumen di PT SMP perlu dilakukan untuk

mengevaluasi dan memperbaiki kebijakan piutang yang ada agar tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar bagi perusahaan.

Ditambah dengan kondisi ekonomi yang sampai saat ini masih belum kembali pulih seperti keadaan sebelum masa pandemi, serta kasus yang dialami oleh CEO dari perusahaan PT SMP sendiri, dimana pada tahun 2022 beliau dilaporkan oleh pihak yang sebelumnya telah bekerja-sama dengan beliau sebelum PT SMP dibangun kepada pihak yang berwajib dengan tuduhan mengorupsi uang milik perusahaan PT C. Hal ini terjadi karena pelapor tidak menginginkan adanya pembubaran perusahaan sehingga kondisi ini mempengaruhi perusahaan dimana menurut keterangan CEO yang bersangkutan pihak yang melaporkan sebelumnya sudah memberitakan rumor yang tidak menyenangkan kepada konsumen-konsumen perusahaan serta dalam penyelesaian kasus ini CEO perusahaan mengambil jalan damai dengan melepaskan sepenuhnya kepemilikannya atas PT C kepada pelapor dengan tuntutan pembayaran hutang PT C dibayarkan oleh CEO PT SMP.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja manajemen piutang pada Toko A untuk periode 2018-2021?
2. Bagaimana kinerja manajemen piutang yang Toko B untuk periode 2018-2021?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kinerja manajemen piutang pada Toko A untuk periode 2018-2021.
2. Untuk mengetahui bagaimana kinerja manajemen piutang pada Toko B untuk periode 2018-2021.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik perusahaan dalam memberikan kebijakan kredit maupun kebijakan penagihan terhadap Toko A dan Toko B pada periode penelitian tahun 2018-2021 agar peneliti dapat memberikan hasil penelitian kepada perusahaan. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan maupun evaluasi bagi perusahaan terhadap tindakan manajemen piutang yang telah dijalankan sehingga dapat mengurangi risiko kerugian bagi perusahaan yang disebabkan oleh pemberian piutang.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam ilmu manajemen keuangan terutama manajemen piutang serta memenuhi rasa ingin tahu peneliti mengenai kebijakan piutang yang dimiliki dan diterapkan oleh perusahaan terhadap Toko A dan Toko B yang menjadi sampel penelitian, apakah kinerja manajemen piutang perusahaan untuk kedua toko sudah dilakukan dengan efektif dan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pengelolaan piutang sejalan dengan keuntungan yang akan diterima.

3. Bagi pembaca

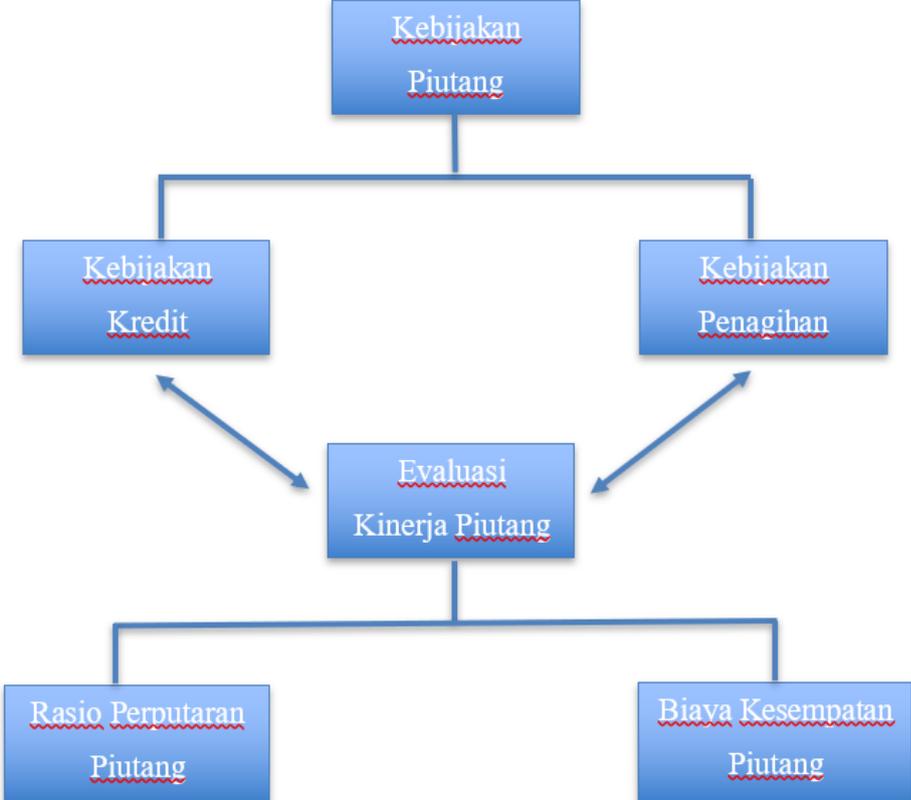
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu para pembaca lebih memahami manajemen piutang yang terjadi di perusahaan secara nyata serta mampu menjadi bahan referensi untuk penelitian sejenis kedepannya.

1.5. Kerangka Pemikiran

Dapat dilihat pada gambar 1.7. kebijakan piutang terdiri atas kebijakan kredit dan kebijakan penagihan. Kebijakan kredit merupakan suatu syarat yang diberikan perusahaan kepada para pelanggannya karena adanya keputusan perusahaan untuk menjual barang secara kredit. Menurut Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013: 373) kebijakan kredit adalah “suatu penentuan dalam penyelesaian pemberian kredit, standar kredit, dan syarat kredit.” Dalam pemberian kredit, perusahaan akan mengambil haknya (yaitu pembayaran) kepada pelanggan untuk menagih kredit

tersebut, untuk itu diperlukan kebijakan penagihan yang sesuai dengan perusahaan maupun pelanggan agar penjualan secara kredit tetap dapat berjalan secara efektif. Kebijakan penagihan diartikan oleh Fabozzi dan Drake (2009) prosedur untuk menagih tunggakan. Setelah kebijakan piutang dan kebijakan penagihan dibuat, maka perusahaan akan memberikan kredit kepada konsumen yang dapat dikatakan layak untuk menerima dan dianggap dapat mematuhi aturan atau perjanjian yang telah disepakati bersama. Untuk itu menurut Schaeffer (2002) dan Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013) dalam memberikan kredit diperlukan analisis terhadap 5-K, yaitu Karakter, Kemampuan, Kapital, Koleteral, dan Kondisi dari pemohon kredit serta ditambah 1-K oleh Mathur (2015) yaitu *case history* atau kasus lampau. Setelah pemberian piutang diberikan kepada konsumen, perusahaan perlu untuk mengevaluasi kinerja piutang yang sudah diberikan perusahaan kepada konsumen seperti menurut Adelman dan Marks (2014) menganalisis manajemen piutang merupakan faktor penting untuk melihat seberapa baik kebijakan piutang yang kita sudah berikan dan terapkan terhadap prosedur penagihan kepada konsumen. Evaluasi yang dapat dilakukan perusahaan untuk menilai kinerja kebijakan piutang dan kebijakan penagihan dengan melihat perubahan rata-rata periode tagih dari rasio perputaran piutang. Selain itu perusahaan juga dapat menghitung biaya investasi lainnya yaitu biaya kesempatan yang timbul akibat biaya tambahan yang perlu dibayarkan perusahaan akibat keterlambatan pembayaran atau keterlambatan penagihan. Salah satu biaya kesempatan yang timbul adalah biaya bunga bank. Menurut Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013) salah satu cara untuk mengevaluasi kebijakan atau pemberian kredit adalah dengan memperhitungkan juga biaya kesempatan, dimana Sundjaja, Barliana, dan Sundjaja (2013: 378) berkata “biaya kesempatan merupakan biaya yang berhubungan dengan peningkatan hasil yang disebabkan tidak adanya piutang atau peningkatan biaya dengan adanya piutang.”

Gambar 1.7. Kerangka Pemikiran



Sumber: olahan penulis