

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan harus mencari alternatif untuk meningkatkan volume penjualan produk. Peningkatan volume penjualan diharapkan dapat meningkatkan laba yang diterima perusahaan. Salah satu alternatif yang dapat ditempuh adalah menerapkan kebijakan penjualan secara kredit. Pada saat ini penjualan secara kredit telah meluas ke berbagai bidang usaha. Terlebih lagi apabila pesaing telah menerapkan kebijakan penjualan secara kredit, maka tiada jalan lain bagi perusahaan untuk mengikuti menerapkannya.

Masing-masing perusahaan akan berusaha bersaing untuk mencari pelanggan dimana dengan kebijakan secara kredit Secara langsung memberikan kelonggaran persyaratan pembayaran kepada PT Wansa Turga Citra (WTC) sebagai distributor farmasi dan alat alat kesehatan. Penerapan kebijakan kebijakan piutang ini ditujukan pada peningkatan pendapatan perusahaan.

Setiap pemimpin perusahaan selalu menginginkan penjualan barang dagangannya dibayar secara tunai. Namun, di lain pihak, penjualan secara kredit justru akan memberi peluang untuk perluasan pasar sehingga dapat menambah laba usaha, meski

hal ini juga bukan tanpa resiko. Biasanya keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari segi finansialnya, yaitu seberapa besar laba yang di peroleh dari hasil usahanya. Sehingga setiap perusahaan berlomba-lomba menaikkan besaran profit yang didapatnya. Namun untuk mencapai tujuan yang diinginkan, suatu perusahaan harus mengoptimalkan segala kegiatan dalam perusahaan tersebut, baik itu produksi, pemasaran maupun penjualannya. Pemasaran produknya perusahaan melakukan pemasaran penjualan dengan dua cara yaitu selain penjualan secara tunai perusahaan juga menggunakan ketentuan secara kredit. Ketentuan tentang pembatasan kredit, batasan kredit dapat berupa kuantitatif (plafon kredit, semakin besar plafon kredit perpelanggan makin besar investasi yang diperlukan) dan kualitatif (selektif terhadap pelanggan kredit, makin ketat seleksi akan semakin memperkecil investasi dalam piutang).

Masalah yang umum dihadapi perusahaan ialah penagihan piutang yang telah jatuh tempo tidak selalu dapat diselesaikan seluruhnya. Jika keadaan itu terus berlangsung dalam jangka waktu yang lama maka modal perusahaan akan semakin kecil. Dengan begitu penagihan piutang perlu mendapat perhatian dan penanganan serius agar resiko yang mungkin timbul dapat dihindari sekecil mungkin. Dalam hal ini, pimpinan seharusnya juga turut aktif mengelola penagihan piutang agar tidak sampai menghambat operasi atau kegiatan perusahaan.

Kebijakan pengumpulan piutang, dan faktor-faktor lain yang relevan. keputusan kredit ini menyangkut *tradeoff* antara keuntungan (*marginal profit*) dan biaya

tambahan (*marginal cost*) yang disebabkan oleh perubahan dalam salah satu atau kombinasi elemen-elemen tersebut.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2007: 64) "Piutang adalah hak atau klaim terhadap pelanggan atau pihak lain atas uang, barang dan jasa". Sedangkan menurut Warren, Reeve dan Fees (2005: 392) piutang didefinisikan sebagai berikut "Piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya". Berdasarkan definisi-definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa piutang adalah hak penagihan kepada pihak lain atas uang, barang atau jasa yang timbul karena adanya.

Menurut Gitosudarmo (2002: 82), beberapa faktor yang mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang adalah sebagai berikut:

- a. Volume kebijakan piutang, semakin besar volume kebijakan piutang, makin besar investasi yang tertanam dalam Piutang
- b. Syarat pembayaran (termin), semakin lama masa kredit, semakin besar investasinya.
- c. Ketentuan tentang pembatasan kredit, batasan kredit dapat berupa kuantitatif (plafon kredit, semakin besar plafon kredit perpelanggan makin besar investasi yang diperlukan) dan kualitatif (selektif terhadap pelanggan kredit, makin ketat seleksi akan semakin memperkecil investasi dalam piutang).
- d. Kebijakan pengumpulan piutang, pengumpulan piutang dapat bersifat aktif (menggunakan *debt collector*) pengumpulan piutang lebih tepat waktu tetapi perlu

tambahan biaya pengumpulan piutang, atau pasif yaitu keyakinan bahwa debitur menepati janji, maka resiko tertunggaknya piutang lebih besar.

- e. Kebiasaan membayar dari para langganan, apabila sebagian besar pelanggan membayar pada masa diskon (termin 2/10;n/30), maka membutuhkan investasi lebih kecil, tetapi jika pelanggan membayar pada hari ke 30 atau bahkan menunggak, perlu investasi yang besar

Setelah melakukan pengamatan (survey awal), penulis mengamati bahwa adanya permasalahan seberapa besar pengaruh volume penjualan terhadap laba perusahaan

Tabel 1 Data penjualan dan volume penjualan alat kesehatan (tensimeter) tahun 2009

No	Bulan/ Tahun 2009	Volume penjualan (unit)	Harga satuan (Rp)	Total Penjualan
1	Januari	37	1.502.973	55.610.000
2	Februari	21	1.534.360	32.221.570
3	Maret	51	1.486.275	75.800.000
4	April	134	1.495.450	200.390.300
5	Mei	87	1.504.928	130.928.700
6	Juni	50	1.503.571	75.178.540
7	Juli	84	1.495.167	125.594.000
8	Agustus	267	1.498.550	400.112.940
9	September	120	1.503.417	180.410.000
10	Oktober	301	1.497.907	450.870.000
11	November	534	1.499.064	800.500.000
12	Desember	80	1.501.718	120.137.450
Rata-Rata		147	1.500.994	220.646.125

Sumber: PT. Wansa Turga Citra, 2009

Tabel 2 Data penjualan dan volume penjualan alat kesehatan (tensimeter) tahun 2010

No	Bulan/ Tahun 2010	Volume penjualan (unit)	Harga satuan (Rp)	Total Penjualan
1	Januari	48	1.502.500	72.120.000
2	Februari	27	1.526.736	41.221.870
3	Maret	46	1.489.130	68.500.000
4	April	120	1.501.503	180.180.300
5	Mei	80	1.507.240	120.579.200
6	Juni	41	1.516.623	62.181.540
7	Juli	82	1.491.268	122.284.000
8	Agustus	217	1.498.216	325.112.940
9	September	114	1.494.825	170.410.000
10	Oktober	301	1.499.003	451.200.000
11	November	500	1.501.000	750.500.000
12	Desember	73	1.508.601	110.127.850
Rata-Rata		137	1.503.054	206.201.475

Sumber: PT. Wansa Turga Citra, 2010

Tabel 3 Data penjualan dan volume penjualan alat kesehatan (tensimeter) tahun 2011

No	Bulan/ Tahun 2011	Volume penjualan (unit)	Harga satuan (Rp)	Total Penjualan
1	Januari	42	1.231.905	Rp 51.740.000
2	Februari	35	708.045	Rp 24.781.570
3	Maret	74	304.595	Rp 22.540.000
4	April	117	2.454.618	Rp 287.190.300
5	Mei	94	2.392.859	Rp 224.928.700
6	Juni	41	1.877.525	Rp 76.978.540
7	Juli	94	611.638	Rp 57.494.000
8	Agustus	275	655.320	Rp 180.212.940
9	September	124	342.823	Rp 42.510.000
10	Oktober	483	871.988	Rp 421.170.000
11	November	834	782.374	Rp 652.500.000
12	Desember	133	188.327	Rp 25.047.450
Rata-Rata		122	1.035.168	Rp 172.257.792

Sumber: PT. Wansa Turga Citra, 2011

Data penjualan dan piutang macet selama tahun 2009-2011 dapat dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 4 Data Penjualan dan Piutang Macet tahun 2009

No	Bulan/ Tahun 2009	Total Penjualan angsuran (Rp)	Piutang Macet	% Piutang Macet
1	Januari	55.610.000	10.120.000	39,52
2	Februari	32.221.570	20.220.500	71,65
3	Maret	75.800.000	20.850.500	35,46
4	April	200.390.300	78.500.000	43,52
5	Mei	130.928.700	70.000.000	56,94
6	Juni	75.178.540	12.000.000	20,63
7	Juli	125.594.000	32.510.000	31,69
8	Agustus	400.112.940	125.560.000	40,62
9	September	180.410.000	25.563.000	16,66
10	Oktober	450.870.000	112.751.500	33,17
11	November	800.500.000	211.121.750	32,26
12	Desember	120.137.450	12.120.500	15,71
	Rata- Rata	175.896.125	220.646.125	36,49

Sumber. PT. Wansa Turga Citra, 2009

Tabel 5 Data Penjualan dan Piutang Macet tahun 2010

No	Bulan/ Tahun 2010	Total Penjualan angsuran (Rp)	Piutang Macet	% Piutang Macet
1	Januari	47.820.000	22.140.000	46,30
2	Februari	24.781.570	4.220.500	17,03
3	Maret	69.840.000	41.250.500	59,06
4	April	198.190.300	69.800.000	35,22
5	Mei	245.928.700	75.100.000	30,54
6	Juni	68.478.540	11.800.000	17,23
7	Juli	62.494.000	41.510.000	66,42
8	Agustus	220.212.940	118.560.000	53,84
9	September	41.710.000	21.213.000	50,86
10	Oktober	458.170.000	228.751.500	49,93
11	November	750.500.000	189.721.750	25,28
12	Desember	14.047.450	2.420.500	17,23
	Rata- Rata	183.514.458	68.873.979	39,08

Sumber. PT. Wansa Turga Citra, 2010

Tabel 6 Data Penjualan dan Piutang Macet tahun 2011

No	Bulan/ Tahun 2011	Total Penjualan angsuran (Rp)	Piutang Macet	% Piutang Macet
1	Januari	51.740.000	26.540.000	51,29
2	Februari	24.781.570	5.620.500	22,68
3	Maret	32.540.000	11.750.500	36,16
4	April	287.190.300	79.800.000	27,79
5	Mei	224.928.700	68.100.000	30,28
6	Juni	76.978.540	12.800.000	16,63
7	Juli	57.494.000	24.510.000	42,63
8	Agustus	180.212.940	22.450.000	12,46
9	September	42.510.000	25.413.000	59,78
10	Oktober	421.170.000	248.751.500	59,06
11	November	652.500.000	521.721.750	79,96
12	Desember	25.047.450	5.220.500	20,84
	Rata- Rata	170.591.125	86.806.479	37,75

Sumber. PT. Wansa Turga Citra, 2011

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa persentase piutang macet PT. Wansa Turga Citra selama periode 2009-2011 berfluktuatif, dimana persentase piutang terbesar pada tahun 2010 yaitu sebesar 39,08% dan persentase terkecil pada tahun 2009 sebesar 36,49%.

Piutang merupakan salah satu jenis aktiva lancar yang tercantum dalam neraca. Di dalam piutang tertanam sejumlah investasi perusahaan yang tidak terdapat pada aktiva lancar lainnya. Untuk itu pengelolaan piutang memerlukan perencanaan yang matang, mulai dari penjualan kredit yang menimbulkan piutang sampai menjadi kas. Investasi yang terlalu besar dalam piutang bisa menimbulkan kecil atau lambatnya perputaran modal kerja, sehingga semakin kecil pula kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Akibatnya semakin kecilnya kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba.

Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba tergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengkompensasikan pemberian kredit yang mempunyai risiko tinggi diimbangi dengan pendapatan yang lebih tinggi melalui penetapan suku bunga di atas normal, dimana pemberian putusan kredit harus dapat dijamin, apakah akan lebih banyak memberikan kredit dengan tingkat pendapatan dan pengembalian tinggi, atau terlalu berisiko, karena dapat mengakibatkan risiko potensial dalam bisnis perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, akhirnya penulis mengambil judul dari penelitian ini yaitu yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kebijakan Piutang Pada Laba Perusahaan PT. Wansa Turga Citra Bandar Lampung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Apakah ada pengaruh kebijakan piutang pada laba perusahaan PT. Wansa Turga Citra Bandar Lampung?”

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tidak lepas dan tujuan, maka adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kebijakan piutang pada laba perusahaan PT. Wansa Turga Citra Bandar Lampung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan guna menentukan langkah yang lebih tepat dalam pengembangan strategi pemasaran.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat memberikan ide-ide untuk penelitian kembali pada penelitian yang akan datang.

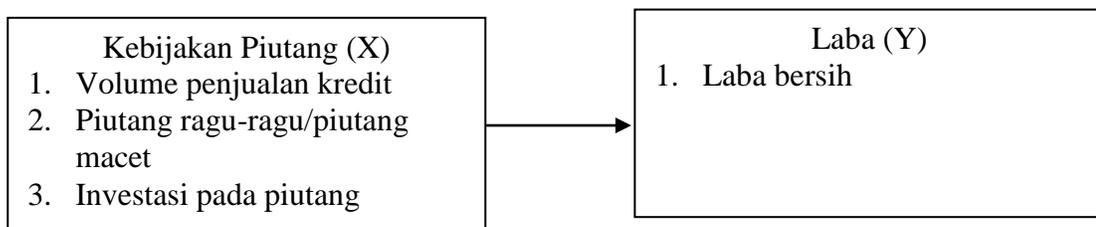
3. Bagi Penulis

Dapat memberikan tambahan pengetahuan dan memperluas khasanah mengenai ilmu-ilmu pemasaran terapan secara praktis.

1.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan atas identifikasi masalah yang menfokuskan pada kerangka pikir penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Kebijakan Piutang (X) terhadap variabel dependent yaitu Laba (Y).

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran