

MANAJEMEN PIUTANG PADA HOTEL DI SURABAYA**Ferry Hariawan**

Email: ferryhariawan@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perputaran piutang. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah dengan mengumpulkan data dengan cara menggunakan laporan-laporan, catatan-catatan yang terdapat dalam perusahaan. Teknik analisa data yang digunakan dengan metode kualitatif.

Prosentase piutang yang terbayar, dari tahun 2005 ke tahun 2006 terjadi kenaikan sebesar 3 %. Begitu juga yang terjadi pada prosentase tunggakan piutang pada akhir tahun yang menunjukkan penurunan sebesar 3 %. Pada tingkat perputaran piutang pihak manajemen menghendaki 2X perputaran dalam satu tahun, namun yang terjadi di lapangan menunjukkan perputaran yang lebih banyak yaitu 4X dalam satu tahun.

Pada rata-rata pengumpulan piutang juga menunjukkan hal yang positif, pada tahun 2005 Average Collection Period menunjuk pada 94 hari sedang pada tahun 2006 menunjuk pada 99 hari. Ini terjadi lebih cepat dari ketetapan perusahaan yang menghendaki 180 hari.

Kata kunci: Piutang, Perputaran Piutang.

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha perusahaan perlu mengambil kebijakan-kebijakan, salah satu kebijakan yang ditempuh adalah dengan melaksanakan penjualan secara kredit. Hal tersebut dimaksudkan untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan, selain itu penjualan kredit dilakukan untuk menarik minat pelanggan dimana dengan meningkatnya penjualan maka juga akan meningkatkan laba perusahaan.

Penjualan kredit akan menimbulkan piutang yang berpengaruh terhadap modal kerja perusahaan. Makin besar proporsi penjualan kredit terhadap modal kerja perusahaan berarti semakin besar pula proporsi penjualan dari keseluruhan penjualan dan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan semakin besarnya jumlah piutang maka akan memperbesar resiko dimana resiko piutang dalam praktek tidak dapat dihilangkan tapi hanya sekedar diperkecil. Resiko – resiko tersebut misalnya resiko tidak tertagihnya piutang, baik itu secara keseluruhan atau sebagian bahkan resiko keterlambatan di dalam melunasi piutang dan jika hal itu terjadi maka akan menghambat kelancaran kegiatan operasional perusahaan apalagi jika piutang perusahaan terlalu besar. Dalam mengantisipasi hal tersebut diatas, para

pimpinan perusahaan dituntut untuk mengambil keputusan yang tepat.

Hal ini dimaksudkan agar piutang tidak meningkat lebih cepat daripada peningkatan volume penjualan. Salah satu caranya adalah dengan mengelola piutang secara efektif. Dengan pengelolaan secara efektif diharapkan piutang-piutang perusahaan dapat tertagih dengan lancar yang dapat meningkatkan perputaran piutang. Selain itu hal tersebut dapat menghindari kerugian akibat tidak tertagihnya piutang serta akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang telah disebutkan diatas bahwa penjualan kredit dapat meningkatkan penjualan sehingga laba pada perusahaan meningkat. Jika penjualan kredit semakin besar maka akan meningkatkan laba yang lebih besar pula, namun hal ini tidak terlepas dari resiko-resiko atas kebijaksanaan pemberian kredit yang meliputi semua biaya-biaya yang harus ditanggung perusahaan sehubungan dengan adanya kebijaksanaan kredit. Biaya-biaya yang harus ditanggung perusahaan tersebut adalah biaya administrasi, biaya pengumpulan piutang dan kelebihan piutang tak tertagih.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan yang efektif sangat penting bagi perusahaan. Namun laba yang diperoleh perusahaan belum dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah bekerja secara efisien. Untuk dapat bekerja secara efisien,

perusahaan dihadapkan pada berbagai masalah yang antara lain adalah bagaimana mempergunakan modal seefisien mungkin. Efisien tidaknya penanaman modal yang digunakan perusahaan untuk beroperasi dapat diukur dari tingkat rentabilitas yang optimal, sebab akan menunjukkan tingkat efisiensi yang di lakukan perusahaan dalam rangka penanaman modal.

Rentabilitas sering digunakan suatu perusahaan untuk menunjukkan kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu. Ada beberapa cara untuk menilai rentabilitas suatu perusahaan, yaitu membandingkan laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut, kemudian dinyatakan dalam prosentase. Rentabilitas ini disebut dengan Rentabilitas Ekonomis. Modal yang diperhitungkan untuk menghitung rentabilitas ekonomis hanya modal yang bekerja di dalam perusahaan, dengan demikian modal yang di tanam dalam perusahaan lain atau modal yang ditanamkan dalam efek tidak diperhitungkan dalam menghitung rentabilitas ekonomis. Laba yang diperhitungkan adalah laba usaha, maka laba yang diperoleh di luar perusahaan atau efek (misal deviden) tidak diperhitungkan. Cara kedua adalah dengan membandingkan laba bersih dengan laba sendiri. Jadi tidak selalu keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan secara otomatis menyebabkan rentabilitasnya tinggi, oleh karena itu bagi manajemen atau pihak-pihak lain rentabilitas yang tinggi lebih penting dari keuntungan yang besar.

Berdasar kenyataan diatas, maka penulis berkeinginan untuk mengangkat masalah manajemen piutang sebagai upaya agar tidak terjadi investasi yang berlebih pada piutang dan arus kas masuk tidak terlambat serta untuk menciptakan atau meningkatkan efektifitas kerja bagian penagihan. Penagihan piutang juga untuk menilai karakter dari konsumen. Dimana hal ini sesuai dengan judul yang dipilih oleh penulis yaitu "Manajemen piutang pada Hotel Bandara Surabaya".

Rumusan Masalah

Dalam mencapai tujuan yang diharapkan suatu perusahaan selalu dihadapkan pada berbagai hambatan sedangkan hambatan tersebut bagi perusahaan merupakan permasalahan yang harus dipecahkan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalahnya adalah : "Bagaimana manajemen piutang pada hotel Bandara Surabaya".

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen piutang pada hotel Bandara Surabaya.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis.
Bagi bahan studi perbandingan dan bahan referensi untuk penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis.
Sebagai bahan informasi, khususnya bagi bagian keuangan pada Hotel Bandara Surabaya.
3. Kontribusi Kebijakan.
Sebagai sumbangsih pemikiran dalam membantu memecahkan masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan khususnya dalam pengelolaan piutang.

Ruang Lingkup Penelitian

Disini penulisan dibatasi hanya pada masalah perputaran piutang pada Hotel Bandara Surabaya selama periode pengamatan tahun 2007.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian piutang

Dalam upaya meningkatkan penjualan, salah satu kebijaksanaan yang dapat diambil oleh perusahaan adalah melalui penjualan secara kredit. Dengan adanya penjualan secara kredit ini akan menimbulkan piutang bagi perusahaan yang melakukan penjualan secara kredit tersebut. Ada beberapa pendapat yang dikemukakan tentang definisi piutang. Kieso D. E. (2002:415), "Piutang adalah klaim uang, barang atau jasa kepada pelanggan atau pihak lainnya".

Martano (2002:95), "piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan / pembeli atau pihak lain yang membeli produk perusahaan".

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa piutang merupakan kekayaan perusahaan yang masih berada dipihak lain

yang timbul sebagai akibat dilaksanakannya penjualan kredit.

Jenis piutang

Menurut Yusuf. A. H. (2001:52), Piutang menurut jenisnya dikelompokkan menjadi :

- a. Piutang dagang\usaha
Umumnya berjangka waktu kurang dari satu tahun. Oleh karena itu piutang dagang dalam neraca dilaporkan sebagai aktiva lancar. Piutang dagang harus dibedakan dari piutang wesel ataupun dari piutang pendapatan dan dari aktiva lain yang tidak timbul dari penjualan sehari-hari.
- b. Piutang wesel
Debitur (pihak yang harus membayar) dalam suatu wesel membuat janji tertulis kepada kreditur untuk membayar sejumlah uang yang tercantum dalam surat janji tersebut pada waktu tertentu dimasa yang akan datang.
- c. Piutang lain-lain
Terdiri atas macam-macam tagihan yang tidak termasuk dalam piutang dagang maupun piutang wesel. Dalam kategori ini termasuk didalamnya piutang kepada karyawan perusahaan, direksi perusahaan, dan piutang kepada cabang-cabang perusahaan.

Resiko-resiko yang timbul dalam piutang

Perusahaan dalam memberikan kredit kepada pelanggan bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba operasional perusahaan.

Seperti yang telah diketahui, bahwa penjualan kredit tersebut dapat menimbulkan kerugian perusahaan, adapun resiko-resiko yang mungkin timbul dalam piutang menurut Nitisemito, Alex. S (1979:92),

- a. Resiko tidak dibayar seluruh atau sebagian piutangnya
- b. Resiko keterlambatan pembayaran piutang
- c. Resiko tertanamnya modal dalam piutang

Faktor yang mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang

Dalam rangka usaha memperbesar volume penjualan, kebanyakan perusahaan menjual produknya dengan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan

dan barulah kemudian pada hari jatuh tempo terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang adalah sebagai berikut :

- a. Volume penjualan kredit
Makin besar proporsi penjualan kredit selama penjualan berarti memperbesar investasi piutang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besarnya resiko tidak tertagihnya piutang.
- b. Syarat penjualan kredit.
Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat maka perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan biaya yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Syarat pembayaran kredit biasanya dinyatakan dalam termin tertentu, misalnya 2/10. n 30. ini berarti bahwa apabila pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari sesudah waktu penyerahan barang/jasa, pelanggan akan mendapatkan potongan tunai sebesar 2% dari harga penjualan dan pembayaran selambat-lambatnya dilakukan setelah 30 harit. Makin panjang batas waktu pembayarannya, berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.
- c. Ketentuan tentang pembatasan kredit.
Dalam penjualan kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal bagi kredit yang diberikan kepada pelanggannya. Demikian pula ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang.
- d. Kebijakan dalam mengumpulkan piutang.
Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Apabila perusahaan melaksanakan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijakan pasif.

Perusahaan yang menjalankan penagihan piutang secara aktif akan kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil dari pada perusahaan yang menjalankan pengumpulan piutang secara pasif. Tetapi biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya usaha tambahan tidak melampaui besarnya tambahan revenue yang diperoleh karena adanya usaha tersebut.

- e. Kebiasaan membayar dari para pelanggan.

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapat cash discount, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut.

Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam cash discount period atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar para pelanggan membayar dalam waktu selama discount period, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas, yang ini berarti makin kecilnya investasi dalam piutang.

Kebijakan manajemen piutang

Sartono, R. Agus (2001:432), Dalam bukunya Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi menyebutkan :

1. Standar kredit

Standar kredit adalah salah satu kriteria yang dipakai perusahaan untuk menyeleksi para pelanggan yang akan diberi kredit dan berapa jumlah yang harus diberikan. Hal ini menyangkut kebiasaan para pelanggan dalam membayar kembali, kemungkinan para pelanggan tidak membayar kredit yang diberikan, dan jangka waktu pembayaran para pelanggan.

Jangka waktu pengumpulan piutang adalah jangka waktu dari saat terjadinya piutang sampai dengan pembayaran kembali piutang tersebut. Semakin lama jangka waktu pengumpulan piutang berarti semakin besar investasi pada piutang dan biaya yang timbul juga semakin besar.

Selain itu kenaikan investasi dalam piutang juga menimbulkan kenaikan piutang yang tak tertagih atau Bed-debt.

Perusahaan dapat memperkirakan bed debt dengan memperhatikan kebiasaan pada masa yang lampau. Jadi pada prinsipnya untuk mengevaluasi kebijakan penjualan kredit yang harus diperhatikan adalah besarnya tambahan biaya profit margin disbanding dengan tambahan biaya. Ada dua komponen biaya yaitu biaya modal akibat agak panjang naiknya piutang dan piutang yang tidak dapat ditagih.

2. Persyaratan kredit

Persyaratan kredit atau credit term adalah merupakan kondisi yang disyaratkan untuk pembayaran kembali piutang dari para pelanggan. Kondisi tersebut meliputi lama waktu pemberian kredit dan potongan tunai serta persyaratan khusus lainnya.

3. Kebijakan kredit dan pengumpulan piutang

Kita mengetahui bahwa kebijakan kredit dan pengumpulan piutang mencakup beberapa keputusan:

- a. Kualitas account accepted
- b. Periode kredit
- c. Potongan tunai
- d. Persyaratan khusus
- e. Tingkat pengeluaran untuk pengumpulan piutang

Usaha pengumpulan piutang dapat dilakukan dengan cara pengiriman surat, telepon, melalui agen atau cara lain seperti penundaan pengiriman baru sampai pembayaran piutang sebelumnya. Usaha pengumpulan piutang yang terlalu agresif juga harus dihindarkan karena akan mengurangi penjualan dimasa mendatang dan keuntungan, langganan akan berpindah ke pesaing perusahaan yang lebih mudah. Pada saat perusahaan akan menentukan usaha yang mana yang akan dijalankan juga harus memperhatikan dana yang tersedia untuk pengumpulan piutang tersebut.

Penilaian resiko kredit dan penyaringan para pelanggan

Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para pelanggan perlulah kita melakukan evaluasi resiko kredit dari para pelanggan tersebut. Untuk menilai resiko kredit, kredit manager harus mempertimbangkan berbagai faktor yang

menentukan besar kecilnya kredit tersebut. Pada umumnya perusahaan dalam mengadakan penilaian resiko kredit adalah dengan memperhatikan “lima C”

Menurut Riyanto, Bambang (2001:87), lima C yang dimaksud adalah

1. Character
Menunjukkan kemungkinan atau probabilitas dari langganan untuk secara jujur berusaha untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya. Factor ini sangat penting, karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.
2. Capacity
Pendapat subyektif mengenai kemampuan dari pelanggan. Ini diukur dengan record diwaktu yang lalu, dilengkapi dengan observasi fisik.
3. Capital
Diukur oleh posisi finansial perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan oleh analisa ratio finansial, yang khususnya ditekankan pada tangible net worth dari perusahaan.
4. Collateral
Dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang diikatkan, atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada langganan tersebut.
5. Conditions
Menunjukkan impact (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

Mempercepat penagihan

Secara umum perusahaan mencoba mendorong pelanggan untuk membayar utang mereka tepat waktu untuk memperkecil ambang tagihan dengan cara mengubah model pembayaran menjadi bentuk yang dapat diterima secepat mungkin.

Cara mempercepat tagihan menurut Sundjaja. Ridwan S, (2004:256)

- a. Bank konsentrasi
Merupakan prosedur penagihan dimana pembayaran dilakukan melalui pusat-pusat pembayaran yang tersebar secara regional, dimana hasil tagihan disetorkan di bank lokal untuk mempercepat kliring. Bank konsentrasi mengurangi ambang tagihan memperpendek ambang kiriman pos dan ambang kliring. Bank konsentrasi dilakukan dengan membuka rekening giro pada bank yang sama di beberapa kota sebagai rekening penampung serta memberi instruksi untuk memindahkan dana yang melampaui batas tertentu ke rekening utama melalui transfer otomatis.
- b. Sistem kotak pos
Merupakan prosedur penagihan dimana pembayar mengirimkan pembayarannya ke kantor pos terdekat dengan menyewa kotak pos. Bank yang ditunjuk oleh perusahaan akan membuka kotak pos untuk mengambil cek / bilyet giro dan menyetorkan kedalam rekening perusahaan. Pengurangan ambang tagihan dengan memperpendek selain ambang proses juga ambang kiriman pos dan ambang kliring.
- c. Pengiriman langsung
Prosedur penagihan dimana penerima cek / bilyet giro langsung menyetorkan ke bank yang sama, sehingga mengurangi ambang kliring.

Tingkat perputaran piutang dan pengumpulan piutang

Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang adalah tergantung pada syarat pembayarannya. Makin lunak atau makin lama syarat pembayaran, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang ini berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu makin rendah. Tingkat perputaran piutang (Receivables Turnover) dapat diketahui dengan membagi jumlah kredit sales selama periode tertentu dengan jumlah rata-rata piutang (average receivables).

$$\text{Receivables turnover} = \frac{\text{Net credit sales}}{\text{Average receivables}}$$

Periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata pengumpulan piutang dapat dihitung dengan membagi tahun dalam hari dengan turnovernya. Hari rata-rata

pengumpulan piutang (average collection period) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :
(1 tahun = 360 hari)

$$\text{Average collection period} = \frac{360}{\text{Receivables turnover}}$$

PEMBAHASAN

Analisa resiko kredit

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis akan mencoba

membandingkan penilaian resiko kredit antara teori / ketetapan dengan keadaan sebenarnya di Hotel Bandara Surabaya dengan memperhatikan factor 5 C.

Tabel. 1

Faktor Lima C

FAKTOR 5 C	Hotel Bandara Surabaya
<p>a. Character</p> <p>Menunjukkan kemungkinan atau probabilitas dari langganan untuk secara jujur berusaha untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya. Factor ini sangat penting, karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.</p>	<p>Pihak manajemen telah mempelajari tentang kemampuan konsumen yang dengan jujur akan memenuhi kewajiban-kewajibannya. Ini berarti perusahaan telah melakukan hal yang sesuai dengan ketetapan yang ada</p>
<p>b. Capacity</p> <p>Pendapat subyektif mengenai kemampuan dari pelanggan. Ini diukur dengan record diwaktu yang lalu, dilengkapi dengan observasi fisik</p>	<p>Calon konsumen (pelanggan lama) yang mengajukan permohonan piutang akan dianalisa mengenai kemampuan dalam membayar dengan memperhatikan track recordnya. Jika pelanggan tersebut memiliki track recort yang baik maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan menyetujui permohonan tersebut.</p>
<p>c. Capital</p> <p>Diukur oleh posisi finansil perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan oleh analisa ratio finansil, yang khususnya ditekankan pada tangible net worth dari perusahaan</p>	<p>Bagian keuangan yang khusus menangani piutang telah mempelajari tentang bagaimana kondisi keuangan perusahaan yang akan mengajukan permohonan utang. Apabila perusahaan tersebut diperkirakan tidak mampu membayar utangnya, maka pihak manajemen akan mempertimbangkan kembali permohonan tersebut.</p>
<p>d. Collateral</p> <p>Dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang diikatkan, atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada langganan tersebut.</p>	<p>Pihak manajemen meminta jaminan bagi keamanan kredit dan atau memeriksa hasil analisa laporan keuangan perusahaan yang mengajukan utang.</p>
<p>e. Condition</p> <p>Menunjukkan impact (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya</p>	<p>Tidak ada pengaruh langsung terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya. Karena pelanggan selalu membayar tepat waktunya sesuai dengan kesepakatan.</p>

Kebijakan kredit

1. Kebijakan pemberian piutang
 - a. Kebijakan pemberian piutang diberikan berdasarkan adanya kerja sama antara perusahaan dan customer. Misalnya : Menandatangani kontrak dalam hal penyediaan kamar dan jasa lainnya yang ada pada Hotel Bandara Surabaya.
 - b. Adapun kebijakan itu terjadi harus ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak. Misalnya : tentang waktu / lamanya tanggal penyelesaian.
2. Yang menyetujui terjadinya piutang
 - a. Yang menyetujui terjadinya piutang adalah pimpinan (direktur) perusahaan.
 - b. Karyawan yang diberi wewenang oleh pimpinan sehingga piutang itu muncul dengan mengetahui direktur pula. Hal ini telah sesuai dengan tugas dan wewenang.
3. Prosentase piutang, Receivables turnover, dan Average collection period.
 - a. Prosentase piutang.

Tabel. 2
Piutang

Keterangan	Jumlah
Piutang tahun 2005	Rp 73.385.050
Piutang yang terbayar	Rp 51.774.200
Tunggakan piutang pada akhir tahun 2005	Rp 21.610.850
Piutang tahun 2006	Rp 74.177.485
Piutang yang terbayar	Rp 54.992.185
Tunggakan piutang pada akhir tahun 2006	Rp 19.185.300

$$\text{Prosentase piutang yang terbayar} = \frac{\text{Piutang yang terbayar}}{\text{Jumlah penjualan piutang}} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase piutang yang terbayar (2005)} = \frac{\text{Rp } 51.774.200}{\text{Rp } 73.385.050} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase piutang yang terbayar (2005)} = 71 \%$$

$$\text{Prosentase piutang yang terbayar (2006)} = \frac{\text{Rp } 54.992.185}{\text{Rp } 74.177.485} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase piutang yang terbayar (2006)} = 74 \%$$

$$\text{Prosentase tunggakan pada akhir tahun} = \frac{\text{Tunggakan piutang pada akhir tahun}}{\text{Jumlah penjualan piutang}} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase tunggakan pada akhir tahun (2005)} = \frac{\text{Rp } 21.610.850}{\text{Rp } 73.385.050} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase tunggakan pada akhir tahun (2005)} = 29 \%$$

$$\text{Prosentase tunggakan pada akhir tahun (2006)} = \frac{\text{Rp } 19.185.300}{\text{Rp } 74.177.485} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase tunggakan pada akhir tahun (2006)} = 26 \%$$

b. Receivables turnover.

Tabel 3
Receivables turnover & Average collection period

KETERANGAN	2005	2006
Net credit sales	Rp 73.385.050	Rp 74.177.485
Receivables : awal tahun	Rp 16.850.700	Rp 21.610.850
akhir tahun	Rp 21.610.850	Rp 19.185.300
Average receivables	Rp 19.230.775	Rp 20.398.075

$$\text{Receivables turnover} = \frac{\text{Net credit sales}}{\text{Average receivables}}$$

$$\text{Receivables turnover (2005)} = \frac{\text{Rp } 73.385.050}{\text{Rp } 19.230.775}$$

$$\text{Receivables turnover (2005)} = 3,816 (4 X)$$

$$\text{Receivables turnover (2006)} = \frac{\text{Rp } 74.177.485}{\text{Rp } 20.398.075}$$

$$\text{Receivables turnover (2006)} = 3,636 (4 X)$$

Perputaran piutang yang diharapkan perusahaan adalah 2 X dalam satu tahun, akan tetapi pada kenyataannya terjadi perputaran piutang yang lebih banyak, yaitu 4 X dalam satu tahun.

c. Average collection period.

$$\text{Average collection period} = \frac{360}{\text{Receivables turnover}}$$

$$\text{Average collection period (2005)} = \frac{360}{3,816}$$

$$\text{Average collection period (2005)} = 94 \text{ hari}$$

$$\text{Average collection period (2006)} = \frac{360}{3,636}$$

$$\text{Average collection period (2006)} = 99 \text{ hari}$$

Periode pengumpulan piutang yang diharapkan perusahaan adalah 180 hari, namun pada kenyataannya periode pengumpulan piutang terjadi lebih cepat, yakni 94 hari pada tahun 2005 dan 99 hari pada 2006.

Simpulan

Berdasarkan analisa dan hasil evaluasi pada perusahaan, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam upaya meningkatkan penjualan, Hotel Bandara Surabaya melakukan penjualan dengan cara kredit, sehingga menimbulkan piutang usaha. Penjualan piutang yang terjadi pada perusahaan telah dibandingkan dengan penilaian resiko kredit dengan memperhatikan faktor lima C.
2. Dalam perbandingan tersebut telah diketahui bahwa piutang yang terjadi pada Hotel Bandara Surabaya telah sesuai faktor lima C yang meliputi Character, Capacity, Capital, dan Collateral.
3. Pada faktor kelima yaitu Condition, tidak terdapat pengaruh langsung terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya. Karena pelanggan selalu membayar tepat waktunya sesuai dengan kesepakatan.
4. Dalam kebijakan pemberian piutang, piutang yang di berikan berdasarkan atas adanya kerjasama antara perusahaan dengan customer, adapun kebijakan tersebut terjadi karena terdapat kesepakatan antara kedua belah pihak yang harus dipenuhi.
5. Penjualan kredit hanya dapat terjadi apabila telah mendapatkan persetujuan dari pimpinan perusahaan (direktur) atau oleh karyawan yang telah diberi wewenang oleh pimpinan dengan mengetahui direktur pula.

6. Prosentase piutang yang terbayar, dari tahun 2005 ke tahun 2006 terjadi kenaikan sebesar 3 %. Begitu juga yang terjadi pada prosentase tunggakan piutang pada akhir tahun yang menunjukkan penurunan sebesar 3 %.
7. Pada tingkat perputaran piutang pihak manajemen menghendaki 2X perputaran dalam satu tahun, namun yang terjadi di lapangan menunjukkan perputaran yang lebih banyak yaitu 4X dalam satu tahun.
8. Pada rata-rata pengumpulan piutang juga menunjukkan hal yang positif, pada tahun 2005 Average Collection Period menunjuk pada 94 hari sedang pada tahun 2006 menunjuk pada 99 hari. Ini terjadi lebih cepat dari ketetapan perusahaan yang menghendaki 180 hari.

Saran

Setelah melihat kebijakan dalam pemberian kredit dan strategi yang ditetapkan oleh Hotel Bandara Surabaya serta membandingkan kenyataan yang terjadi di lapangan, maka berikut ini penulis mengemukakan saran yang mungkin dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam penerapan manajemen piutang. Adapun saran yang dapat dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Meskipun hampir semua customer membayar tepat pada waktunya, namun masih ada yang tidak tepat waktu. Untuk mengatasi terjadinya keterlambatan dalam pengumpulan piutang tersebut sebaiknya perusahaan melakukan penagihan secara intensif, dengan jalan mengaktifkan para pelaksana penagihan dalam melakukan pendekatan maupun melakukan tindakan tegas.
2. Jika memperhatikan hasil perhitungan matematis tentang prosentase piutang yang terbayar, perputaran piutang, dan

rata-rata pengumpulan piutang maka sebaiknya perusahaan tidak lagi memberlakukan penjualan secara kredit namun menggantinya dengan penjualan secara tunai kepada para pelanggan. Karena setiap penjualan kredit yang terjadi, pelanggan cenderung membayar lebih cepat dari waktu yang ditentukan. Dengan melakukan penjualan tunai maka perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya tambahan dalam penjualan kredit, seperti biaya penagihan, cadangan kerugian piutang dan biaya lain-lain yang di butuhkan. Selain itu perusahaan juga akan terhindar dari resiko-resiko yang timbul dari penjualan piutang.

Daftar Pustaka

- Jusuf, A. H., **Dasar-Dasar Akuntansi**, Jilid Dua, YKPN, Edisi Enam, Cetakan Pertama, Yogyakarta, 2001.
- Kieso, D. E, **Akuntansi Intermidiete**, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta, 2002.
- Martono, **Manajemen Keuangan**, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi-UII- Yogyakarta, 2002
- Nitisemito, Alex. S, **Pembelajaan Perusahaan**, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1979.
- Riyanto, Bambang, **Dasar-Dasar Pembelajaan Perusahaan**, Edisi Empat, Cetakan Ketujuh, BPFE- Yogyakarta, 2001.
- Sartono, R. Agus, **Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi**, Edisi Empat, Cetakan Pertama, BPFE-Yogyakarta, 2001.
- Sundjaja, Ridwan S, **Manajemen Keuangan I**, Edisi Lima Cetakan Kedua, Yayasan Astra Honda Motor, Bandung 2004.

