

**JURNAL**

**OPTIMALISASI MANAJEMEN PIUTANG PADA  
UD. MITRASANTIKA FURNITURE DI SURABAYA**



Oleh:

**ANITA ARIANI**  
**NIM : 01213067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA  
2017**

# **OPTIMALISASI MANAJEMEN PIUTANG PADA UD. MITRASANTIKA FURNITURE DI SURABAYA**

Oleh :

**Anita Ariani**

([anitaariani@gmail.com](mailto:anitaariani@gmail.com))

Dosen Pembimbing:

Dr. Wahyudiono, SE., M.M

([wahyudiono18@yahoo.com](mailto:wahyudiono18@yahoo.com))

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Keuangan

Universitas Narotama Surabaya

## **ABSTRAK**

Pengendalian piutang yang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kebijakan penjualan secara kredit. Penjualan kredit memiliki resiko yaitu adanya piutang tak tertagih yang dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Objek penelitian adalah UMKM yaitu UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengendalian resiko manajemen piutang tidak tertagih pada UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya serta untuk mengoptimalkan manajemen piutang dan mengetahui tingkat keefektifan pada UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem kebijakan dalam pengendalian piutang masih kurang efektif hal ini terlihat pada kebijakan pemberian kredit yang berdampak pada meningkatnya investasi usaha. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perputaran

piutang (RTO) yang belum efisien berdasarkan kebijakan yang sudah ditetapkan perusahaan selain itu juga berakibat menumpuknya piutang sehingga investasi biaya usaha menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi secara menyeluruh agar dapat mengoptimalkan manajemen piutangnya dengan membuat kebijakan baru.

Kata Kunci : *Piutang, Kebijakan Kredit, Perputaran Piutang (RTO)*.

## **ABSTRACT**

Good accounts receivable control will affect the company's success in carrying out the sales policy on credit. Credit sales have a risk that is the existence of bad debts that can cause losses to the company. The object of research is UMKM that is UD. Mitrasantika Furniture in Surabaya. The purpose of this research is to analyze the risk management control of bad debts at UD. Mitrasantika Furniture in Surabaya as well as to optimize receivable management and know the level of effectiveness at UD. Mitrasantika Furniture in Surabaya. The approach used in this research is qualitative approach and the method used is descriptive method. The results showed that the policy system in the control of receivables is still less effective it is seen in the credit policy that affects the increase of business investment. The conclusion of this research is the turnover of receivables (RTO) that have not been efficient based on the policy that has been set by the company besides also resulted in the accumulation of receivables so that the investment cost of business becomes higher. Therefore it is very important for the company to conduct a thorough evaluation in order to optimize the management of its receivables by creating new policies.

Keywords: Accounts Receivable, Credit Policy, Receivable Turnover (RTO)

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Seiring perkembangan sistem perdagangan dalam kondisi persaingan yang semakin tajam, akan memaksa perusahaan untuk berlomba meningkatkan kinerjanya agar tetap bertahan dan semakin berkembang. Untuk itu maka perusahaan harus memiliki sebuah strategi yang tepat. Salah satu strategi yang digunakan yaitu memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualannya dengan cara memberikan fasilitas atau keringanan-keringanan tertentu yaitu penundaan pembayaran atas pembelian barang. Penjualan terdiri dari penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan tunai merupakan penjualan yang transaksinya dilakukan secara tunai, perusahaan lebih dimudahkan dalam penjualan tunai ini karena perusahaan akan segera menerima kas. Sedangkan penjualan kredit lebih banyak dipilih oleh para pembeli karena pembayaran untuk pembelian barang dapat ditunda. Selain pembeli, perusahaan juga mendapat keuntungan dari adanya penjualan kredit ini karena perusahaan akan mendapatkan pendapatan lebih besar dibandingkan dengan penjualan secara tunai (Saputri, 2011).

Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang langganan dan kemudian pada jatuh tempo pembayaran terjadi aliran kas masuk (*cash inflows*) yang berasal dari pengumpulan piutang (Munandar, 2006: 77). Dalam penjualan kredit akan dapat meningkatkan omset penjualan, akan tetapi memiliki resiko tertundanya penerimaan kas, sehingga membutuhkan investasi yang lebih besar. Selain itu juga mengakibatkan kerugian perusahaan karena menunggak atau bahkan tidak tertagih. Pengendalian piutang merupakan suatu upaya berkesinambungan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam meningkatkan efektifitas kegiatan atau operasional perusahaan. Dalam implementasinya, pengendalian piutang melibatkan semua pihak terutama dalam proses pencatatan piutang, dengan piutang yang maksimal diharapkan perusahaan dapat menjalankan fungsi-fungsi ekonomis seoptimal mungkin.

Dalam melakukan penagihan, perusahaan juga memiliki kendala yang di hadapi antara lain keterlambatan dalam pembayaran, barang yang telah dibeli konsumen sudah tidak ada atau hilang, atau konsumen pindah rumah keluar kota.

Kendala seperti inilah yang menyebabkan kerugian pada perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengendalikan piutangnya untuk menghindari resiko piutang tidak tertagih.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengendalian resiko piutang tidak tertagih yang terlupakan oleh UD. Mitrasantika Furniture.
2. Untuk mengoptimalkan manajemen piutang dan mengetahui tingkat keefektifan pada UD. Mitrasantika Furniture.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Penelitian Terdahulu**

Sondakh, dkk (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Piutang dan Kerugian Piutang Tak Tertagih Pada PT. Surya Wenang Indah Manado”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem pengendalian internal dan untuk mengetahui perlakuan atas kerugian piutang tak tertagih pada piutang pada PT. Surya Wenang Indah. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa sistem dalam mengendalikan internal piutang sudah efektif, hal ini terlihat dari diterapkannya unsur-unsur pengendalian internal piutang yang layak dan memadai ditunjang dengan kebijakan serta prosedur pemberian kredit yang baik.

### **Pengertian Optimalisasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008,p.986), Optimalisasi adalah suatu tindakan, proses atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem atau keputusan) menjadi lebih / sepenuhnya sempurna, fungsional atau lebih efektif. Sedangkan dalam Kamus Oxford (2008,p.358), “*Optimization is the process of finding the best solution to some problem where “ best “ accords to prestated criteria*”. Jadi, optimalisasi adalah sebuah proses, cara dan perbuatan

(aktivitas/kegiatan) untuk mencari solusi terbaik dalam beberapa masalah, dimana yang terbaik sesuai dengan kriteria tertentu.

### **Pengertian Piutang**

Menurut Setiawan (2010, h.199), piutang adalah segala bentuk tagihan atau klaim perusahaan kepada pihak lain yang pelunasannya dapat dilakukan dalam bentuk uang, barang maupun jasa. Menurut Warren.C.S, dkk (2015:404) menyatakan bahwa piutang mencakup seluruh uang yang diklaim terhadap entitas lain termasuk perorangan, perusahaan dan organisasi lain. Menurut Syakur (2015:104) menyatakan bahwa piutang menunjukkan adanya klaim perusahaan kepada pihak (perusahaan) lain akibat kejadian diwaktu sebelumnya dalam bentuk uang, barang, jasa atau dalam bentuk aktiva non kas lainnya yang harus dilakukan penagihan (*collect*) pada tanggal jatuh temponya. Piutang usaha dapat berupa tagihan yang timbul karena penjualan barang dagangan, jasa atau penjualan aktiva lainnya yang di lakukan secara kredit dan transaksi-transaksi lain yang dapat menimbulkan klaim kepada pihak lain. Berdasarkan penjelasan dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa piutang adalah suatu tagihan pelanggan yang muncul akibat pembelian suatu barang dan telah sampai batas jatuh tempo.

### **Manajemen Piutang**

Menurut Brigham dan Houston (2001), menyatakan bahwa manajemen piutang dimulai dengan keputusan apakah layak memberikan kredit atau tidak, dalam manajemen piutang terdapat beberapa cara alternatif untuk memantau piutang. Sistem pemantauan digunakan dengan maksud agar piutang tidak menumpuk menjadi suatu yang berlebihan. Menurut Harjito dan Martono (2001: 95) menyatakan bahwa manajemen piutang merupakan pengelolaan piutang agar kebijakan kredit mencapai optimal, yaitu tercapainya keseimbangan antara biaya akibat kebijakan kredit dengan manfaat yang diperoleh dari kebijakan tersebut.

## **Pengendalian Piutang**

Hal penting yang perlu di perhatikan dalam mengendalikan piutang :

1. Kebijakan Pemberian Kredit
2. Kebijakan Penagihan
3. Memperhatikan Kebiasaan Pelanggan dalam Membayar Piutang
4. Dampak Kebijakan Pemberian Kredit
5. Menghitung Perputaran Piutang (*Receivable Turn Over*)

## **Kebijakan Kredit**

Menurut Susilo (2004) kebijaksanaan manajemen kredit suatu perusahaan ada beberapa variabel utama yaitu :

### 1. Standart Kredit (*Credit Standart*)

Menentukan siapa yang pantas untuk diberikan kredit. Menurut Jumingan (2011: 223) syarat pemberian kredit pada pelanggan dikenal dengan sebutan 5C, yaitu sebagai berikut :

- 1) Karakter (*Character*) Manajemen piutang perusahaan meneliti tentang kepribadian dan watak pelanggan yang menunjukkan kemungkinan bahwa pelanggan secara jujur dan sadar bersedia memenuhi kewajibannya.
- 2) Kemampuan (*Capacity*)  
Penilaian secara subyektif atas pelanggan untuk membayar kredit beserta bunganya tepat pada waktunya yang telah disepakati
- 3) Modal (*Capital*)  
Penilaian kekuatan finansial yang dilengkapi pelanggan. Dan sebagai alat ukurnya adalah Laporan Keuangan
- 4) Jaminan (*Collateral*)  
Bentuk aktiva yang diberikan oleh pelanggan sebagai jaminan keamanan atas kredit yang diberikan.
- 5) Kondisi (*Condition*)  
Merupakan gambaran atau dampak perubahan kondisi perekonomian secara umum ataupun kondisi pada sektor usaha terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

2. Periode kredit (*Credit Period*)

Adalah lamanya waktu yang diberikan kepada pelanggan untuk membayar pembeliannya, misalnya : kebijakan kredit mungkin lamanya 30 hari,60 hari, atau bahkan 90 hari.

3. Diskon (*Discount*)

Adalah pengurangan harga yang diberikan untuk mendorong pelanggan agar membayar lebih cepat atau lebih awal, misalnya : diskon sebesar 2% mungkin akan diberikan jika pelanggan melakukan pembayaran dalam waktu 10 hari.

4. Kebijakan Penagihan(*Collection Policies*)

Menentukan seberapa agresif perusahaan tersebut akan mengejar orang yang tidak membayar hutang atau terlambat membayar hutangnya.

### **Kebijakan Penagihan**

Teknik-tenik penagihan pada kebijakan penagihan antara lain :

1. Dengan mengirim surat
2. Dengan menelpon
3. Dengan mendatangi
4. Dengan menggunakan agen dari orang lain  
Perusahaan dapat menggunakan orang atau Badan Urusan Piutang dan Lelang Negara (BUPLN)
5. Dengan tindakan secara hukum.

### **Dampak Kebijakan Kredit**

Dalam proses evaluasi kebijakan kredit, menurut Sudana (2009), ada 5 faktor yang harus dipertimbangkan, yaitu :

1. Dampak terhadap penjualan (*Revenue Effect*)

Jika perusahaan memberi kredit maka perusahaan akan mengalami penundaan penerimaan kas dan pelanggan diuntungkan dengan memperoleh penawaran kredit. Dengan adanya pemberian kredit ini dapat meningkatkan jumlah barang yang di jual.



2. Dampak terhadap biaya (*Cost Effect*)  
Selain mengalami penundaan penerimaan kas atas penjualan secara kredit, perusahaan juga menanggung biaya karena perusahaan tetap harus membeli atau memproduksi barang yang dijual.
3. Biaya atas utang  
Ketika perusahaan memberikan kredit, perusahaan harus merencanakan pembelanjaan atas piutang yang dihasilkan. Sebagai konsekuensinya, biaya pinjaman jangka pendek perusahaan menjadi faktor yang penting untuk dipertimbangkan dalam pemberian kredit.
4. Kemungkinan tidak membayar  
Jika perusahaan menjual secara kredit, ada kemungkinan beberapa dari pelanggan tidak membayar. Hal ini hanya akan terjadi pada penjualan secara kredit.
5. Potongan tunai  
Ketika perusahaan menawarkan potongan tunai sebagai bagian dari syarat kredit, maka sejumlah pelanggan akan lebih memilih untuk membayar lebih awal agar mendapat potongan harga.

### **Perputaran Piutang**

- 1) *Rasio Receivable Turn Over (RTO)* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

Untuk mengukur perputaran piutang dalam penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang maka semakin efektif dan efisien pengendalian piutang yang dilakukan oleh perusahaan dan sebaliknya.

- 2) *Rasio Average Collaction Period* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Average Collaction Period} = \frac{360}{\text{Receivable Turn Over}}$$

Untuk mengukur rata-rata waktu yang diperlukan perusahaan untuk menerima kas dari penjualan. Semakin besar rasio ini berarti semakin tidak efektif dan efisien pengendalian piutang yang telah dilakukan perusahaan dan sebaliknya.

- 3) Rasio Tunggakan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Tunggakan} = \frac{\text{Total piutang tak tertagih}}{\text{Penjualan Kredit}} \times 100\%$$

Untuk mengetahui seberapa besar jumlah piutang yang sudah jatuh tempo dan belum dapat ditagih dari sejumlah penjualan kredit yang dilakukan.

- 4) Rasio Penagihan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Penagihan} = \frac{\text{Total piutang tak tertagih}}{\text{Total piutang periode}} \times 100\%$$

Untuk mengetahui aktivitas penagihan yang telah dilakukan oleh perusahaan sehingga berapa besar piutang yang dapat ditagih dapat diketahui jumlahnya dari semua piutang yang dimiliki oleh perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti pada kondisi obyek secara alamiah melalui observasi atau pengamatan terhadap UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya. Sedangkan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Dimana pada penelitian ini mendeskripsikan fakta-fakta yang ada dalam manajemen piutang perusahaan UD. Mitrasantika Furniture dengan cara menentukan, mengumpulkan, mengklarifikasi, menganalisis, serta melakukan penelitian dari proses perencanaan dan implementasi manajemen piutang serta evaluasi dalam transaksi pembelian barang dengan melihat perputaran piutang perusahaan sehingga menghasilkan gambaran yang jelas mengenai pengelolaan piutang guna mengoptimalkan manajemen piutang yang ada.

### Jenis Data

Jenis data yang di gunakan adalah berupa data kuantitatif, merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang di nyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka-angka.

Penelitian ini di analisis berdasarkan data yang sudah ada sebelumnya pada UD. Mitrasantika Furniture, antara lain :

1. Data Penjualan bulan Januari 2016
2. Data Penjualan bulan Juni 2016
3. Data Penjualan bulan Juli 2016

### **Sumber Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder karena peneliti memperoleh data berupa laporan penjualan dan piutang sebagai pendukung dalam penganalisaan demi tercapainya tujuan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Survey Pendahuluan
2. Observasi (pengamatan)
3. Dokumentasi

### **Definisi Operasional**

1. Piutang
2. Kebijakan Pemberian Kredit
3. Kebijakan Penagihan
4. Volume Penjualan Kredit
5. Rasio Perputaran Piutang (*Receivable Turn Over*)
6. Rasio *Average Collaction Period (ACP)*
7. Rasio Penagihan

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah Perusahaan**

Mitrasantika Furniture merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan produk furniture atau perabot rumah tangga serta perkantoran

yang berbahan dari kayu jati. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1997 oleh Bapak Mochammad Saleh selaku owner atau pemilik UD. Mitrasantika Furniture. Dan produk yang dihasilkan dapat berupa barang jadi ataupun barang setengah jadi dengan berbagai macam bentuk dan fungsi sesuai dengan permintaan dan trend zaman. Barang hasil produksi UD. Mitrasantika Furniture ini sudah banyak terjual di beberapa kota yaitu di Bali, Batam, Jakarta, Surabaya, Gresik dan Madura. Selain kota lokal UD. Mitrasantika Furniture juga mendistribusikan barang buaatannya ke berbagai negara seperti Singapore, India, Perancis, Jepang, Cina dan Australia. Perusahaan UD. Mitrasantika Furniture juga dipercaya untuk mengisi seluruh kebutuhan furniture pada sebuah villa, hotel dan juga restoran. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan UD. Mitrasantika untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memperbanyak kerja sama dengan showroom furniture di berbagai kota lainnya, tentunya dengan memberikan beberapa kebijakan dalam melakukan transaksi penjualan produknya yaitu pembayaran secara tunai dan pembayaran secara kredit.

### Hasil Penelitian pada Implementasi Perputaran Piutang Perusahaan

DESKRIPSI		PIUTANG I	PIUTANG II	PIUTANG III
Tanggal Transaksi		19 Januari 2016	02 Juni 2016	03 Juli 2016
Jatuh Tempo		2 bulan	2 bulan	1,5 bulan
RTO		6 kali	6 kali	8 kali
<b>Jumlah Transaksi</b>		<b>Rp. 78.750.000,-</b>	<b>Rp. 61.050.000,-</b>	<b>Rp. 20.000.000,-</b>
Periode Pembayaran	1 – 60 hari	Rp. 13.125.000,-	Rp. 10.175.000,-	Rp. 2.500.000,-
	60 – 120 hari	Rp. 13.125.000,-	Rp. 10.175.000,-	Rp. 2.500.000,-
	120 – 180 hari	Rp. 13.125.000,-	Rp. 10.175.000,-	Rp. 2.500.000,-
	180 – 240 hari	Rp. 13.125.000,-	Rp. 10.175.000,-	Rp. 2.500.000,-
	240 – 300 hari	Rp. 13.125.000,-	Rp. 10.175.000,-	-
	300 – 360 hari	Rp. 13.125.000,-	Rp. 10.175.000,-	Rp. 5.000.000,-
	> 360 hari	-	-	Rp. 5.000.000,-

Berdasarkan daftar perputaran piutang diatas dapat diketahui bahwa rata-rata pembayaran yang dilakukan pelanggan sudah sesuai pada batas jatuh tempo pembayaran. Pada piutang I dan II dikategorikan termasuk piutang lancar namun masih terdapat beberapa pembayaran yang melebihi batas jatuh tempo yaitu pada piutang ke-III. Keterlambatan tersebut disebabkan karena jarak pembelian yang terlalu dekat, piutang ke-II transaksinya dilakukan pada bulan juni 2016 dan piutang ke-III transaksinya dilakukan pada bulan juli 2016, akibatnya terjadi tunggakan pada periode pembayaran (240-300) hari. Dengan adanya tunggakan atau penumpukan piutang tersebut yang memicu lemahnya kemampuan pelanggan dalam membayar hutangnya. Yang seharusnya piutang dapat diselesaikan dalam tempo 8 kali menjadi 10 kali sehingga piutang ke-III dikategorikan piutang tidak lancar.

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi manajemen piutang pada UD. Mitrasantika sudah cukup berjalan secara efektif namun masih terdapat kekurangan dari kebijakan dalam batasan volume kredit yang kurang memperhatikan jarak pembelian yang dilakukan pelanggan sehingga potensi pelanggan dalam melakukan keterlambatan pembayaran sangat besar kemungkinan terjadi. Jika dilihat dari data tersebut maka ketidak efektifan terdapat pada jarak pembelian kredit yang terlalu dekat yaitu terpaut 1 bulan.

### **Upaya Optimalisasi**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola piutang pada bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk mengoptimisasi manajemen piutang adalah dengan membuat kebijakan baru yang lebih efektif, antara lain :

1. Merubah syarat kebijakan pemberian kreditnya
2. Memberi batasan jatuh tempo dengan tepat.
3. Mengendalikan volume penjualan kreditnya.
4. Memperketat kebijakan penagihan.
5. Memperhatikan kebiasaan pelanggan dalam membayar hutang.
6. Menghitung perputaran piutang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah di sampaikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam Pengendalian manajemen piutang pada UD. Mitrasantika di Surabaya, maka perusahaan tersebut membuat kebijakan-kebijakan untuk menganalisis resiko-resiko piutang yang terjadi pada perusahaan. Dan pada implementasinya telah dilaksanakan sesuai dengan kebijakan atau perencanaan manajemen piutang yang telah ditetapkan, seperti : syarat pengajuan kredit dan jatuh tempo yang diberikan kepada pelanggan.
2. Upaya yang telah dilakukan perusahaan dalam mengoptimalkan manajemen piutangnya sudah cukup baik namun masih terdapat beberapa kekurangan pada kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan sehingga tingkat keefektifan masih relatif rendah.

Berikut ini adalah beberapa kelemahan dari kebijakan yang dibuat UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya antara lain :

#### 1) Syarat Pengajuan Kredit

Dalam implementasinya sudah cukup efektif karna pelaksanaannya sudah sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan yaitu bagi pelanggan yang ingin melakukan pembayaran kredit diharuskan melakukan 2 kali pembayaran cash terlebih dahulu, yang kemudian barang akan dikirim setelah pelanggan melakukan pelunasan.

#### 2) Batasan Jatuh Tempo Pembayaran

Perencanaan manajemen piutang dalam hal memberikan jatuh tempo sudah berjalan secara efektif berdasarkan batas waktu yang sudah di berikan yaitu Pembelian sebesar minimal 5 juta s/d 15 juta maka diberi waktu 30 hari, pembelian 16 juta s/d 30 juta maka diberi waktu 45 hari sedangkan pembelian diatas 30 juta maka jatuh tempo yang diberikan adalah 60 hari.

### 3) Batasan Volume Kredit

Dari hasil wawancara dengan pengelola piutang, mengemukakan bahwa pemilik usaha menanamkan sistem saling percaya terhadap para pelanggannya. Hal ini belum efektif karena hanya berdasarkan intensitas atau keseringan pelanggan dalam membeli barang pada perusahaan ini.

### 4) Kebijakan Penagihan

Perencanaan manajemen piutang dalam hal kebijakan penagihan belum optimal karena belum diberlakukannya jadwal penagihan yang tepat, pengelola piutang hanya melakukan penagihan pada hari senin dan kamis yang bertepatan pada waktu sebelum jatuh tempo. Dan metode penagihan masih hanya melalui sms, email ataupun telepon, belum ada penagihan berupa pengiriman surat teguran jatuh tempo membayar. Tidak adanya staff khusus yang memang di khususkan untuk melakukan penagihan piutang.

### 5) Kebiasaan Pelanggan Dalam Membayar Hutang

Tidak adanya sanksi atau tindakan lebih lanjut kepada para pelanggan yang melakukan pembayaran melebihi batas jatuh tempo yang diberikan. Sehingga pelanggan cenderung dapat melakukan keterlambatan dalam membayar.

### 6) Dampak Kebijakan Kredit

Dengan adanya penjualan secara kredit, dampak positifnya adalah meningkatnya omset penjualan selain itu permintaan barang pun menjadi bertambah. Hanya saja dampak buruknya adalah banyak pelanggan yang lebih memilih membeli barang dengan pembayaran kredit karena pelanggan dimudahkan dengan adanya pembelian barang secara kredit. Akibatnya perusahaan beresiko piutangnya akan menjadi menumpuk bilamana tidak ada pengelolaan manajemen piutang yang baik. Besarnya peningkatan penjualan yang terjadi tidak sesuai dengan besarnya investasi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Perusahaan harus mengeluarkan dana lebih untuk penambahan biaya modal usaha

## 7) Perputaran Piutang

Dalam implementasi manajemen piutang pada UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya sudah berjalan cukup baik berdasarkan pembukuan yang dibuat oleh pengelola piutang. Dan hanya beberapa pelanggan yang melakukan keterlambatan akibat jarak pembelian yang berdekatan.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk pengendalian resiko piutang pada UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya, maka perusahaan tersebut harus melakukan evaluasi-evaluasi pada penerapan kebijakan sebelumnya yang kemudian perusahaan membuat kebijakan baru dengan harapan dapat lebih mengoptimalkan dan meningkatkan keefektifan manajemen piutang pada UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya.
2. Upaya yang dilakukan untuk mengoptimalkan manajemen piutang serta meningkatkan keefektifan pada UD. Mitrasantika Furniture di Surabaya yaitu dengan melaksanakan kebijakan baru, antara lain sebagai berikut :

### 1) Syarat Pengajuan Kredit

Perusahaan dapat menambahkan ketentuan pengajuan kreditnya. Bagi pelanggan baru jika ingin mengajukan pembayaran kredit yang sebelumnya diharuskan melakukan 2 kali pembayaran cash terlebih dahulu, sekarang menjadi 5 sampai 7 kali barulah kemudian barang akan dikirim setelah pelanggan melakukan pelunasan atau menerapkan kebijakan baru dengan ketentuan sebagai berikut :

- (1) Terdapat minimal pembayaran pada awal pemesanan/ uang muka sebesar 15 % dari jumlah pembelian
- (2) Dikenakan biaya admin sebesar Rp. 500.000,- sebagai tanda jadi transaksi
- (3) Jumlah pembelian setelah di kurangi biaya uang muka barulah dijadikan dasar sebagai perhitungan pembayaran kredit.



## 2) Batasan Jatuh Tempo Pembayaran

Perusahaan dapat memberikan jatuh tempo sebanyak 30 hari kepada pelanggan (berapapun jumlah transaksinya) dan perusahaan juga harus lebih kontrol terhadap jarak pembelian yang dilakukan pelanggan, hindari jarak pemberian kredit yang terlalu dekat agar tidak menyebabkan menumpuknya piutang.

## 3) Batasan Volume Kredit

Menurut peneliti tidak ada salahnya jika pemilik usaha menanamkan sistem saling percaya terhadap para pelanggannya hanya saja diperlukan pengenalan lebih dalam dengan melakukan survey ke lokasi pembeli dengan tujuan mengetahui dimana kondisi tempat tinggal atau sektor usaha milik pelanggan bilamana pelanggan tersebut akan intens atau sering membeli barang pada perusahaan ini.

## 4) Kebijakan Penagihan

Membuat jadwal penagihan yang terperinci setelah selesainya P.O diterima dan setelah pembayaran angsuran pertama sebagai uang muka pembelian diterima, agar tidak ada yang terlewatkan satupun dalam pencatatan pengelolaan piutang. Selain itu perusahaan harus melakukan penambahan karyawan sebanyak satu orang untuk bagian manajemen piutang khususnya pada bagian penagihan sehingga kinerja perusahaan dalam hal penagihan bisa bekerja secara optimal.

## 5) Memperhatikan kebiasaan Pelanggan Dalam Membayar Hutang

Lebih selektif dalam memberi kredit kepada pelanggan dengan cara lebih memperhatikan kemampuan pelanggan dalam membayar hutang-hutangnya. Dan perusahaan harus membuat kebijakan sanksi yang tegas kepada para pelanggan yang pembayarannya melebihi batas jatuh tempo. Sanksi dapat berupa pengenaan denda apabila pembayaran melebihi 10 hari dari jatuh tempo yang sudah diberikan. Denda yang akan diberikan sebesar Rp. 100.000,- per 10 harinya. Hal ini bertujuan untuk mengendalikan perputaran

piutang serta memberi efek jera kepada pelanggan bilamana sering melakukan keterlambatan dalam pembayaran piutang. Bila diperlukan perusahaan juga harus menetapkan sanksi tegas bagi pelanggan yang tidak mampu melunasi hutangnya, yaitu misalnya dengan menarik/ menyita semua barang pembelian pelanggan dengan catatan kondisi barang masih baik dan bagus lalu membuat kesepakatan antara kedua belah pihak jika tetap tidak bisa menyelesaikan piutang maka pihak perusahaan berhak membawa permasalahan ini ke jalur hukum.

## DAFTAR PUSTAKA

- M. Manullang, 2006, *Dasar-Dasar Manajemen*, Edisi Ketiga, Jakarta : Erlangga.
- Drs. H Melayu S.P. Hasibuan. 2006. *Manajemen Dasar dan Pengertian*. Edisi kedua. Jakarta : Bumi Aksara.
- Drs. H Melayu S.P. Hasibuan, 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Cetakan kesebelas*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Setiawan , Iwan 2010. *Akuntansi Keuangan Menengah Jilid Satu (Intermediate Accounting)*. Bandung : Refika Aditama.
- Warren, Carl S. Reeve. James M. Fess. Philip E 2015. *Pengantar Akuntansi Jilid Satu*. Salemba Empat, Jakarta.
- Syakur Syafi'i Ahmad. 2015. *Intermediate Accounting*. AV Publisher. Jakarta.
- Hermawan. Sigit dan Mashyad. 2006. *Akuntansi Perusahaan Manufaktur*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Riyanto. B. 2010. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan edisi keempat*. Yogyakarta. BPF.
- Martono & Harjito. A. D (2001:98). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Munawir. S. 2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Houston, B. 2001. *Manajemen Keuangan*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Margaretha. F. 2014. *Dasar- Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta. PT. Dian Rakyat.
- Jumingan. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Erlangga

- Sudana.M. I. 2009. *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Sundjaja. Ridwan S. Inge Barlian. 2003. *Manajemen Keuangan Satu*. Edisi Lima. Literata Lintas Media.Jakarta.
- Warren.S.C. dkk. 2015. *Pengantar Akuntansi – Adaptasi Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryabrata. Sumadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Maholtra, Naresh. 2007. *Marketing Research : an applied orientation, pearson education, inc. ,fifth edition*. New Jearsey : USA.
- Muhadjir, Noeng. 1996. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Yogyakarta : Rakesarasin.
- Sugiyono. (2014 : 63). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. CV. Alfabeta..