MANAJEMEN PIUTANG

Piutang :
Tagihan kepada pihak lain dengan jangka waktu yg telah ditentukan sebagai akibat adanya penjualan kredit.

Tujuan Penjualan Kredit:

1. Menaikkan volume penjualan dalam suatu periode tertentu
2. Strategi persaingan → memperbesar market share

Resiko Penjualan Kredit:

1. Tidak terbayarnya piutang ;
   Menyediakan cadangan dana (Bad debt / piutang ragu2)
   ↑ Volume penjualan kredit → ↑ Dana diinvestasikan dalam piutang → ↑ Resiko tidak terbayarnya piutang
2. Keterlambatan Waktu pembayaran piutang
   Biaya pengumpulan piutang (cash discount)
   Untuk mengatasi → Cash discount dg syarat biaya discount < tambahan laba

Kebijakan Kredit :
Tujuan mendapatkan laba yang optimbal dg resiko minimal

Faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang:

1. Volume Penjualan Kredit
   ↑ proporsi penjualan kredit → ↑ dana dlm piutang → ↑ resiko → ↑ profit
2. Syarat pembayaran penjualan kredit

   Ada 2 Alternatif :
   1. Dg ketat → Piutang Kecil (Perush. Sangan selektif)
   2. Dg Lunak → Piutang besar (Perush. Kurang selektif)
3. Ketentuan tentang Pembatasan Kredit
   ↑ plafon kredit → ↑ dana dlm piutang
   Makin selektif → ↓ dana dlm piutang
4. Kebijakan dalam pengumpulan piutang
   Pengumpulan Piutang secara Aktif → biaya pengumpulan piutangnya besar (dg syarat biaya tambahan tdk melampaui besarnya tambahan revenue)

Pengumpulan Piutang Pasif

(Horne and Wachowicz, 1995) Hal2 yg terkait dalam pengumpulan piutang dan kebijakan kredit adalah:

1. Standar Kredit
   Kualitas minimum penilaian kredit dr peminta kredit yg dpt diterima oleh perusahaan.
   Variabel yg hrs dipertimbangkan dlm pemberian kredit :
   a. kualitas piutang dagang yg dpt diterima
   b. jangka waktu periode kredit
   c. potongan tunai untuk pembayaran lebih awal
   d. program pengumpulan piutang
2. Termin Kredit
   Jangka waktu periode kredit dan potongan tunai yg diberikan jika dilakukan pembayaran lebih awal
3. Potongan Tunai
   Prosentase pengurangan pembayaran dr jumlah bruto penjualan, karena pembayaran dilakukan dalam periode potongan tunai.
4. Default risk
   Kerugian dari piutang dagang tidak tertagih yang mungkin terjadi, karena pelonggaran standar kredit dan pelambatan waktu pengumpulan piutang.

5. Kebiasaan Membayar para langganan
   Kebiasaan untuk membayar dg menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount atau tdk menggunakan kesempatan tersebut.

Untuk menyeleksi para langganan yang akan diberi kredit dan berapa jumlah yg harus diberikan. Hal ini berhubungan pula dg :

1. Kebiasaan langganan dalam membayar kembali
2. Kemungkinan langganan tidak membayar
3. Rata2 jangka waktu pembayaran

PENILAIAN TERHADAP CALON PEMBELI (RESIKO KREDIT)
Dengan memperhatikan 5 C

1. Character
   menyangkut kejujuran, tanggung jawab dalam memenuhi kewajiban
2. Capasity
   Kemampuan untuk membayar hutangnya (dilihat dr Aktiva dan jumlah hutang)
3. Capital
   Dilihat dari jumlah Modal Sendiri yg dimiliki perush. dr suatu periode

Perbandignan antara Modal Sendiri dan Modal Asing

4. Colleteral
   Jaminan dalam pengambilan kredit
5. Conditions
   Kondisi perekonomian secara umum

LANGKAH PENYARINGAN PARA PELANGGAN

1. Penentuan Besarnya risiko yg akan ditanggung oleh perusahaan
2. Penyelidikan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya

   SOLIDITAS : Tingkat kepercayaan pihak luar terhadap suatu perusahaan

   1. Soliditas Komersiil
      Ditunjukkan dari kebiasaan/kejujuran perusahaan dalam kewajibannya pd pihak tertentu.
   2. Soliditas Finansiil
      Jumlah mol kerja yg dimiliki perush.
   3. Soliditas Moril
      Sifat dan moril dari pimpinan

3. Mengadakan klasifikasi dr para langganan berdasarkan risiko pembayaran
4. Mengadakan seleksi dari para langganan.

PERPUTARAN PIUTANG

Merupakan periode waktu terikatnya dana pada piutang;

Kas → Inventory → Piutang → Kas

$$\text{RECIAVABLE TURNOVER} = \frac{\text{Net Credit sales}}{\text{Average Reciavables}}$$

Hari rata2 pengumpulan piutang = 360 / Reciavable Turnover

= 360 x Average Reciavables / net Credit Sales

Kegunaan Hari rata2 pengumpulan piutang yaitu untuk menilai efisiensi dalam pengumpulan piutang:

1. Efisien→ Jika rata2 pengumpulan piutang < waktu piutang yg telah ditetapkan
2. Inefisien

Contoh :

Keterangan	2003	2004
Net Credit Sales	200.000.000	300.000.000
Reciavable :		
Awal tahun	35.000.000	50.000.000
Akhir tahun	45.000.000	50.000.000
Average Reciavables	40.000.000	50.000.000
Reciavables Turnover	?	?
Average Collection Periode	?	?

BUDGET PIUTANG

Yaitu membuat estimasi penerimaan piutang (cash inflow)
Yang perlu diperhatikan :

1. Kebiasaan membeli dalam membayar hutang
2. Kebijaksanaan cash discount
3. Kebijaksanaan piutang ragu2

Contoh Soal Pelonggaran Piutang :

PT "X" mempunyai penjualan tahunan Rp 72 juta, seluruhnya penjualan kredit. Harga jual produk Rp 20 per unit. Dengan Variabel Cost Rp 15. Dengan pelonggaran kredit diperkirakan penjualan akan naik 20 % atau tambahan sebesar 720.000 unit. Sedangkan keuntungan yang disyaratkan untuk investasi pada piutang 20 %. Rata2 pengumpulan piutang sebelum pelonggaran kredit 1 bulan, sedangkan setelah pelonggaran 2 bulan. Diperkirakan Bad debt 2.5 %. Apakah kebijakan pelonggaran kredit tersebut layak untuk dijalankan?