BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Piutang

Piutang terjadi kerena adanya penjualan secara kredit. Banyak perusahaan yang menjual barang dagang atau jasa mereka secara kredit karena penjualan secara kredit tersebut merupakan suatu upaya untuk meningkatkan (atau untuk mencegah penurunan) penjualan. Dengan penjualan secara kredit meningkat maka piutang pun meningkat dan diharapkan laba juga meningkat.

2.1.1.1 Pengertian Piutang

Menurut **Jhon J. Wild, K.R Subrayaman, Robert F. Halsey** dalam **Buku Analisis Laporan Keuangan** yang diterjemaahkan oleh **Yanifi S. Bachtiar dan S. Nurwahyu Harahap** yang dimaksud Piutang yaitu :

> **" Piutang (receivables) merupakan nilai jatuh tempo yang berasal dari penjualan barang atau jasa atau dari pemberian pinjaman uang"**
>
> **(2005:260)**

Sedangkan menurut **Soemarso** dalam **Buku Akuntansi Suatu Pengantar** yang dimaksud dengan Piutang yaitu :

> **" Piutang merupakan kebiasaan bagi perusahaan untuk memberikan kelonggaran-kelonggaran kepada para pelanggan pada waktu melakukan penjualan. Kelonggaran-kelonggaran yang diberikan**

biasanya dalam bentuk mempernolehkan para pelanggan tersebut membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan."
(2004:338)

Berdasarkam uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pituang adalah tuntutan kepada pihak lain untuk memperoleh uang, barang dan jasa (aktiva) tertentu pada masa yang akan datang sebagai akibat penyerahan barang atau jasa yang dilakukan saat ini.

2.1.1.2 **Klasifikasi Piutang**

Banyak perusahan menjual secara kredit agar dapat menjual lebih banyak produk atau jasa. Dengan adanya penjualan kredit maka akan timbul piutang. Menurut **Michell Suharli** dalam buku **Akuntansi untuk Bisnis Jasa & Dagang** piutang dapat diklasifikasikan menjadi:

1. **" Piutang Dagang *(trade receivable)***
2. **Piutang Lain *(other receivable)***
3. **Piutang Wesel *(notes receivable)"***

(2006:2002)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- Piutang dagang yaitu jumlah piutang dari pelanggan yang terjadi karena transaksi penjualan barang dan jasa
- Piutang wesel

  Piutang wesel merupakan surat pernyataan berhutang atau janji pelunasan secara tertulis

- Piutang lainnya

  Piutang lainnya meliputi piutang yang berasal bukan dari perdagangan.

Selanjutnya ketiga jenis *receivable* tersebut dikelompokan lagi menjadi piutang afiliasi atau tidak afiliasi. Piutang afiliasi artinya piutang dari perorangan atau organisasi yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Sedangkan piutang tak terafiliasiartinya piutang dari perorangan atau entitas bisnis yang bukan pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan, yang kita sebut pihak ketiga.

Menurut **IAI** melalui **PSAK No. 7** yang tercantum dalam buku **Akuntansi untuk Bisnis Jasa & Dagang** oleh **Michell Suharli** yang disebut pihak yang memiliki hubungan istimewa adalah:

1. **"perusahaan yang melalui satu atau lebih perantara *(intermediaries*), mengendalikan atau dikendalikan oleh atau berada dibawah pengendalian bersama dengan perusahaan pelapor (termasuk *hold ing companies, subsidiaries dan fellow subsidiaries).***
2. **perusahaan asosiasi (*assiciatied company*)**
3. **perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, suatu kepentingan hak suara di perusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan dan anggota keluarga dekat dari perorangan tersebut (yang dimaksud anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan mempengarui atau dipengaruhi perorangan tersebut dalam transaksinya dengan perusahaan pelapor)**
4. **karyawan kunci yaitu orang-orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin dan mengendalikan kegiatan perusahaan pelapor yang meliputi anggota dewan komisaris, direksi dan manajer dari perusahaan serta anggota keluarga dekat orang-orang tersebut**
5. **perusahaan, bilamana suatu kepentingan substansial dalam suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung**

oleh setiap yang diuraikan dalam penjelasan butir (3) atau butir (4), atau setiap orang tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut. Ini mencakup perusahaan-perusahaan yang mempunyai anggota manejemen kunci yang sama dengan perusahaan pelapor."

(2006:202)

2.1.1.3 Metode Penghapusan Piutang

Penyisihan piutang tak tertagih merupakan pembebanan kemungkinan rugi karena tidak tertagihnya piutang. Jumlah yang tercantum di dalamnya merupakan suatu taksiran. Dari cara perhitungan yang telah dibicarakan terlihat bahwa nama-nama pelanggan tidak dapat diidentifikasi, maka penyisihan piutang tak tertagih dicatat dalam akun terpisah. Dengan cara ini rincian piutang menurut nama debitur berdasarkan jumlah brutonya masih dapat dibuat.

Adakalanya telah dapat dipastikan bahwa piutang kepada seseorang pelanggan tetentu tidak akan dapat ditagih. Misalnya karena pelanggan yang bersangkutan telah dinyatakan pailit , bangkrut atau lari ke luar negeri. Terhadap piutang yang demikian, harus dihapuskan. Penghapusan piutang berbeda dengan penyisihan piutang tak tertagih. Dalam penghapusan piutang, saldo piutang kepada pelanggan tertentu dikeluarkan dari catatan perusahaan. Dengan penghapusan piutang tersebut, nama dan saldo piutang pelanggan yang bersangkutan tidak akan muncul lagi dalam rincian piutang.

Piutang Dagang harus dilaporkan sebesar nilai realisasi bersihnya, yaitu : piutang usaha dikurangi piutang yang tak tertagih. Menurut **Michell Suharli** dalam

buku **Akuntansi untuk Bisnis Jasa & Dagang** pencatatan transaksi terhadap piutang tak tertagih memiliki dua pilihan metode yaitu :

1. **"Metode Langsung (*direct method)***
2. **Metode Penyisihan *(allowance methode)"***

(2006:205)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- Metode Langsung

  Metode langsung mengakui beban piutang tak tertagih pada saat terjadinya, sehingga mungkin saja jumlah besar piutang tak tertagih menyebabkan penurunan laba bersih yang sinifikan pada saat periode tertentu. Menurut metode penghapusan langsung, ketika keterangan laporan dianggap tidak tertagih, kerugian dijurnal ke akun *"bad debt expense"* atau "*uncollectible expense"*. Perusahaan memilih metode ini karena menggambarkan benar kapan piutang benar-benar tidak dapat tertagih. Namun kerugiannya, laporan laba/rugi bersih menjadi terganggu apabila jumlah beban tak tertagih dilaporkan dalam mjumlah besar. Gangguan atas laporan laba/rugi bersih etrsebut dapat mempengaruhi keputusan para pengguna. Guna menyiasati agar laporan laba/rugi tidak terganggu, beberapa perusahaan mencadangkan piutang tak tertagih meskipun belum benar-benar tidak tertagih sebagaimana dinyatakan dalam metode penyisihan.

- Metode Penyisihan

Metode penyisihan mengakui beban penyisihan piutang tak tertagih setiap akhir periode agar tidak mengganggu laba bersih secara signifikan. Metode penyisihan menuntut perusahaan menghitung jumlah kemungkinan piutang tak tertagih pada setiap akhir periode. Hal ini menyediakan laporan piutang yang seolah menjamin berapa kas yang dapat diterima dari piutang yang dilaporkan. Metode penyisihan memiliki 3 hal yang harus diperhatikan:

1. piutang tak tertagih adalah perkiraan. Perkiraan ini dianggap sebagai beban dikaitkan dengan penjualan pada periode akuntansi yang sama ketika penjualan tersebut terjadi sesuai prinsip perbandingan.
2. perkiraan piutang tak tertagih mendebet *"account expense"* dan mengkredit *"allowance for doubtful account"* . jurnal ini menjadi ayat jurnal penyesuaian dalam akhir setiap periode dan akun "*allowance for doubtful account"* dilaporkan di laporan neraca menjadi kontra akun dari akun *"account receivable"*. Dengan demikian saldo normal perkiraan "*allowance for doubtful account"* adalah kredit.
3. ketika piutang yang spesifik dihapuskan karena tak tertagih, akuntan mendebet "*allowance for doubtful account"* dan mengkredit *"accounts receivable"* sejumlah piutang yang tidak tertagih.

2.1.1.4 Jumlah Penyisihan Piutang Ragu-ragu

Pelaporan piutang harus sejumlah realisasi bersihnya *(net realizable)* artinya nilai piutang yang diestimasikan dapat tertagih. Nilai realisasi piutang disebut juga

piutang bersih yaitu saldo piutang dagang dikurangi dengan penyisishan piutang ragu-ragu *(allowance for bad debtful account)*. Menurut **Michell Suharli** dalam buku **Akuntansi untuk Bisnis Jasa & Dagang** terdapat tiga dasar penetapan jumlah piutang ragu-ragu yaitu:

1. **"Presentase piutang (pendekatan neraca)**
2. **Presentase penjualan (pendekatan laba/rugi)**
3. **Analisa umur piutang *(aging schedule analysis)"***

(2006:208)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- Presentase Piutang

  Apabila jumlah penyisihan piutang tak tertagih berdasarkan pendekatan pendekatan neraca maka kalkulasi dilakukan dengan presentase saldo piutang dagang pada neraca saldo yang belum disesuaikan *(anadjusted trial balance)*. Penentuan presentase piutang dapat ditetapkan dari piutang kotor atau piutang bersih.menentukan presentase kemungkinan tak tertagih berdasarkan pengalaman sebelumnya, dasar pemikiran pendekatan neraca adalah menekankan risiko dari piutang, semakin besar jumlah piutang maka risiko tidak tertagih semakin besar secara proporsional. Sebagai hasil *allowance for bad debtful account* akan menunjukan risiko dari saldo piutang yang dilaporkan. Ketika jurnal penyesuaian dibuat, jumlah yang ada di penyisishan piutang tak tertagih merupakan saldo awal yang perlu diselisihkan.

- Presentase Penjualan

  Apabila jumlah penyisihan piutang tak tertagih berdasarkan pendekatan laba/rugi maka kalkulasi dilakukan dengan presentase saldo penjualan pada neraca saldo yang belum disesuaikan *(anadjusted trial balance)*. Penentuan persentase penjualan dapat ditetapkan dari penjuslsn kotor atau penjualan bersih. Berbeda dengan kalkulasi pendekatan neraca yang menghasilkan jumlah "*allowance for bad debtful account"*, kalkulasi pendekatan laba/rugi menghasilkan jumlah *"doubtfull account expense"* . dengan demikian hasil perhitungan dengan pendekatan laba/rugi tidak perlu diselisihkan dengan jumlah "*allowance for bad debtful account"* yang sudah ada di neraca.

- Analisa Umur Piutang

  Risiko tidak tertagih pada piutang yang sudah lewat jatuh tempo tentu lebih besar daripada yang belum jatuh tempo. Lebih lanjut, piutang yang telah lewat jatuh tempo lebih lama memiliki risiko tak tertagih lebih tinggi dibandingkan dengan yang telah jatuh tempo lebih sebentar. Oleh karena itu perusahaan menyusun daftar umur piutang masing-masing pelanggan

2.1.1.5 Karakteristik Wesel Tagih

Kas yang diterima dalam pembayaran jumlah piutang yang ditimbulkan kembali dicatat seperti biasa, yaitu mendebet kas dan mengkredit piutang usaha. Suatu klaim yang didukung oleh promes atau wesel (janji tertulis untuk membayar sejumlah uang) memiliki beberapa keunggulan dibandingkan klaim berbentuk piutang usaha. Dengan menandatangani promes (wesel), debit mengakiu utang dan setuju untuk membayarnya sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, promes atau wesel merupakan klaim yang lebih kuat dimata pengadilan

Adapun yang dimaksud dengan surat promes menurut **Niswonger, Warren dan Reeve** yang diterjemaahkan oleh **Aria Farahmita, Amanugraham, dan Taufik Hendrawan** dalam buku **Prinsip-Prinsip Akuntansi** menyebutkan bahwa:

"Surat promes *(promissory note)* adalah janji tertulis untuk membayar dejumlah uang atas permintaan atau pada suatu waktu tertentu"

(2003:33)

Dalam hal ini jumlah yang terutang harus atas permintaan seseorang atau perusahaan atau pemegang promes. Dokumen itu juga harus ditandatangani oleh orang atau perusahaan yang membuat janji tersebut. Pihak yang meminta agar promes/wesel dibayarkan dinamakan dengan penerima pembayaran (*payee)* sementara pihak yang membuat janji disebut pembuat *(maker)*.

Promes atau wesel memiliki beberapa karakteristik yang mempengaruhi pencatatan dan pelaporannya dalam laporan keuangan. Adapun beberapa karakteristik promes atau wesel tagih menurut **Niswonger, Warren dan Reeve** yang

diterjemaahkan oleh **Aria Farahmita, Amanugraham, dan Taufik Hendrawan** dalam buku **Prinsip-Prinsip Akuntansi** yaitu sebagai berikut:

1. **"Tanggal Jatuh Tempo**
2. **Bunga**
3. **Nilai jatuh Tempo"**

(2003:334)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- Tanggal Jatuh Tempo

  Tanggal suatu promes atau wesel harus dibayarkan disebut tanggal jatuh tempo. Periode waktu di antara tanggal penerbitan dan tanggal jatuh tempo wesel atau promes jangka pendek, dapat dinyatakan dalam hari atau bulan. Jika jangka waktu promes dinyatakan dalam hari maka tanggal jatuh temponya dinyatakan dalam jumlah hari setelah tanggal penerbitan. Apabila jangka waktu promes dinyatakan dalam jumlah bulan setelah tanggal penerbitan, maka tanggal jatuh temponya ditentukan dengan menghitung beberapa bulan ke muka dari tanggal penerbitan.

- Bunga

  Promes atau wesel tagih biasanya menetapkan jumlah bunga yang akan dibayarkan untuk periode antara tanggal penerbitan dan tanggal jatuh tempo promes yang berjangka waktu lebih dari satu tahun umumnya menetapkan bunga yang harus dibayarkan secara setengah tahunan, kuartalan, atau jangka waktu lainnya yang ditetapkan. Jika janggka waktu promes kurang promes kurang dari satu tahun bunga umumnya dibayar pada saat jatuh tempo. Suku

bunga promes biasanya dinyatakan atas dasar tahunan terlepas dari jangka waktu aktual yang terlibat

- Nilai Jatuh Tempo

  Jumlah yang harus dibayarkan pada tanggal jatuh tempo dinamakan dengan nilai jatuh tempo *(maturity value).* Nilai jatuh tempo dari suatu promes adalah jumlah pokok (atau nilai normal) ditambah bunga.

2.1.1.6 Manajemen Piutang

A. Konsep Dasar

Pos piutang dalam neraca timbul karena adanya penjualan barang dagangan secara kredit. Semakin longgar persyaratan kredit yang diberikan, akan semakin besar pula jumlah penjualan. Sebaliknya, semakin ketat persyaratan yang diberlakukan, maka kemungkinan pelanggan akan beralih kepada pesaing sehingga penjualan menjadi berkuran. Dengan demikian investasi dana dalam bentuk piutang menyangkut pertimbangan timbal balik *(trade-off)* antara *profitabilitas* dan risiko. Investasi dalam piutang ditentukan ditentukan dengan membandingkan keuntungan yang diperoleh dari tingkat investasi tertentu dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh karena memiliki tingkat investasi tersebut.

Rasio-rasio keuangn yang dipakai dalam rangka manajemen piutang menurut **Abdul Halim** dalam buku **Manajemen Keuangan Bisnis** adalah:

"1. Receivable Turnover = $\frac{\textit{net credit sale}}{\textit{Average receivable}}$ ***atau*** $\frac{360}{\textit{credit periode}}$

2. Average invesment of receivable = $\frac{\textit{total cost of credit sale}}{\textit{receivable turnover}}$

3 Cost of marginal invesment = interest rate x marginal invesment

4 Cost of bad debts = %-ase bad debts x net credit sale

5 Cost of cash discount = %-ase cash discount x total credit sale"

(2002:132)

B. Kebijakan Manajemen Piutang

Prosedur-prosedur yang wajar dan cara penanganan yang baik atas piutang sangatlah penting, bukan saja untuk keberhasilan perusahaan, tetapi juga untuk memelihara hubungan yang memuaskan dengan para pelanggan. Tentunya fungsi perencanaan akan turut mempertimbangkan jumlah yang akan tertanam dalam piutang dan megukur jumlah tersebut dengan membandingkanterhadap dana yang tersedia serta hubungannya dengan penjualanyang dapat diterima.

Apabila perusahaan akan menubah kebijakan manajemen piutang misalnya diberikan potongan tunai bagi pelanggan yang membayar pada periode tertentu maka menurut **Abdul Halim** dalam buku **Manajemen Keuangan Bisnis** akan terjadi perubahan hal-hal antara lain sebgai berikut:

1. **"Hari rata-rata pengumpulan piutang *(average collection period)* diharapkan akan berkurang, karena pelanggan yang tadinya tidak memperoleh potongan tunai, sekarang dapat memanfaatkannya. Hal ini berarti terjadi pembayaran lebih awal sehingga perusahaan akan mempunyai kesempatan lebih awal untuk menggunakan dana tersebut (memenuhi prinsip *time value of money*)**

2. **Kerugian piutang (*bad debts expense)*diharapkan akan menurun pula karena banyakanya pelanggan yang memanfaatkan potongan tunaiyang ditawarkan perusahaan maka profitabilitas kerugian piutang akan semakin berkurang sehingga keuntungan perusahaan jadi meningkat**
3. **Aspek negatif dari potongan tunai adalah menurunnya sumber dana yang berasal dari penerima piutang bilamana semakin banyak pelanggan yang memanfaatkan potongan tunai yang ditawarkan perusahaan."**

(2002:134)

Sehubungan dengan hal tersebut, tentu saja perusahaan harus mengkaji sampai seberapa besar tambahan laba yang diperoleh (seandainya kebijakan pengumpulan piutang perusahaan diubah) dibandingkan dengan tamabahan biaya yang harus dikeluarkan ditinjau dari untung ruginya bagi perusahaan *(benefit-cost viewpoint)*. Apabila tambahan laba lebih besar dari biaya-biaya yang dikeluarkan maka perubahan kebijakan tersebut dapat dilaksanakan.

C. Pengendalian Piutang

Ditinjau dari manajemen preventif, pada dasarnya ada 3 bidang pengendalian yang umum dilakukan. Pada titik tersebut dapat diambil tindakan untuk mewujudkan pengendalian piutang. Menurut **Abdul Halim** dalam buku **Manajemen Keuangan Bisnis** ketiga bidang tersebut sebagai berikut:

1. **"Pemberian kredit**
2. **Penagihan yang aktif**
3. **Penyelenggaraan administrasi piutang yang baik"]**

(2002:136)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- Pemberian kredit. Dalam hal ini kebijakan kredit dan syarat penjualan kredit tidak boleh menghambat pelanggan yang baik/sehat keadaan keuangannya dan juga tidak boleh menimbulkan kerugian yang besar karena adanya piutang yang menunggak/ tak dapat ditagih.
- Penagihan yang aktif. Dalam hal ini harus dilakukan usaha yang aktif untuk memperoleh pembayaran atas piutang yang ada sesuai dengan syarat penjualan suatu waktu yang wajar
- Penyelenggaraan administrasi piutang yang baik. Meskipun prosedur-prosedur pemberian kredit dan penagihan telah dilakukan dengan baik namun jika administrasi atas piutang tersebut kurang baik, maka tidak akan dapat menjamin bahwa pengendalian piutang telah efektif

D. Langkah Preventif Untuk Mengurangi Risiko Piutang

Pada dasarnya ada empat risiko yang terkandung dalam piutang yaitu risiko tidak terbayarnya seluruh piutang, risiko tidak terbayarnya sebagian piutang, risiko keterlambatan dalam melunasi piutang, risiko tertanamnya modal dalam piutang.

Adapun langkah-langkah preventif yang harus dilakukan untuk mengurangi risiko tersebut menurut **Abdul Halim** dalam buku **Manajemen Keuangan Bisnis** adalah manejer kredit hendaknya memerhatikan lima "C" dari kredit sebelum memutuskan pemberian kredit kepada pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. ***"Character***
2. ***Capacity***

3. ***Capital***
4. ***Collateral***
5. ***Condition of economics"***

(2002:138)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- *Character*, dalam hal ini manajer kredit harus memerhatikan karakter dari si pemohon, apabila pelanggan lama maka dapat dilihat pada *track record* yang ada dikartu piutang. Bila pelanggan baru, maka dapat ditanyakan pada mitra usahanya dan referensi pihak lain yang menjamin.
- *Capacity*. Dalam hal ini manajer kredit perlu memerhatikan kemampuan pelanggan dalam mengelola bisnisnya. Indikatornya bisa dilihat pada *debt service coverage, rasio likuiditas, time interest earned*, serta *return on assets.*
- *Capital.* Dalam hal ini manajer kredit perlu memerhatikan modal yang dimiliki pelanggan. Hal ini bisa dilihat pada pos *equity* dalam laporan keuangan pelanggan.
- *Collateral*. Dalam hal ini manajer kredit perlu memerhatikan jaminan yang diberikan oleh pelanggan untuk menutup kerugian apabila pelanggan tidak bisa melanjutkan angsurannya.
- *Condition of economics*. Dalam hal ini manajer kredit perlu memerhatikan apakah perusahaan pelanggan tersebut rentan perubahan kondisi ekonomi baik makro maupun lini bisnis pelanggan.

2.1.2 **Laba *(Profit)***

Laba merupakan tujuan akhir semua perusahaan yang berorientasi bisnis. Namun perhitungan laba untuk suatu jangka waktu tertentu hanya mendekati ketepatan atau layak saja, karena perhitungan yang tepat baru dapat terjadi jika perusahaan mengakhiri kegiatan usahanya dan menjual sewa aktiva yang ada. Adapun pengertian laba *(Profit)* dalam **Kamus Istilah Akuntansi** yang ditulis oleh **Joel G Siegel** dan **Jae K shim** dan diterjemahkan oleh **Moh. Kurdi** dijelaskan bahwa:

> **"*Profit* (laba) merupakan kelebihan harga jual atas harga pokok atau, untuk suatu perusahaan secara keseluruhan, merupakan kelebihan pandapatan atas seluruh beban"**
>
> **(2002:107)**

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat diperoleh pengertian bahwa laba adalah selisih antara pendapatan yang diperoleh melalui penjualan produk perusahaan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaaan selama jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, laba dapat ditingkatkan dengan dua cara yaitu:

1. Dengan meningkatkan pendapatan atau penjualan.
2. Dengan menurunkan biaya, yang salah satunya melalui peningkatan efisiensi.

Dalam menyajikan laporan laba rugi akan terlihat penggolongan dalam penetapan pengukuran laba *(profit)* sebagai berikut:

1. Laba kotor atas penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan, laba ini dinamakan laba kotor hasil penjualan bersih sebelum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.

2. Laba bersih operasi perusahaan yaitu laba kotor dikurangi dengan sejumlah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum.
3. Laba bersih sebelum potongan pajak, merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya lain-lain.
4. Laba kotor sesudah potongan pajak yaitu laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penggolongan laba dalam hubungannya dengan penetapan pengukuran laba terdiri dari laba kotor penjualan yaitu selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan, dan laba bersih operasi yaitu laba kotor dikurangi dengan jumlah biaya penjualan kemudian laba bersih sebelum potongan penjualan dan laba kotor setelah potongan pajak yaitu pendapatan dikurangi atau ditambah dengan biaya non operasi.

2.1.3 ***Profitabilitas***

Analisis *profitabilitas* penting dalam menganalisis Laporan Keuangan dan analisis pengembalian. Analisis *profitabilitas* lebih dari ukuran akuntansi, seperti: penjualan, harga pokok penjualan, serta beban operasi dan beban non operasi untuk menilai sumber, daya tahan (*persistence*), pengukuran, dan hubungan ekonomi utamanya. Hasil penilaian ini memungkinkan kita untuk mengestimasikan

pengembalian dan karakteristik risiko perusahaan dengan lebih baik. Analisis *profitabilitas* juga memungkinkan kita untuk membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai efek (*sekuritas*). Pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas. Bagi kreditor laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok.

2.1.3.1 **Pengertian *Profitabilitas***

Menurut **Erich A. Helfert** yang diterjemaahkan oleh **Herman Wibowo** dalam Buku **Teknik Analisis Keuangan** yang dimaksud denga *profitabilitas* adalah :

> **" Hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang di infestasikan "**
>
> **(2007:112)**

Sedangkan menurut **DRS. R. Agung Sartono, M.B.A** dalam buku **Mnajemen Keuangan Teori dan Aplikasi** menyebutkan bahwa :

> **" *Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan perusahaan, total aktiva maupun modal sendiri. "**
>
> **(2007:225)**

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas* sangan penting bagi perusahaan untuk menilai kinerja perusahaan. Semakin besar tingkat *profitabilitas* menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan.

2.1.3.2 **Rasio *Profitabilitas***

Analisis *profitabilitas* penting dalam menganalisis Laporan Keuangan dan analisis pengembalian. Analisis *profitabilitas* lebih dari ukuran akuntansi, seperti: penjualan, harga pokok penjualan, serta beban operasi dan beban non operasi untuk menilai sumber, daya tahan (*persistence*), pengukuran, dan hubungan ekonomi utamanya. Hasil penilaian ini memungkinkan kita untuk mengestimasikan pengembalian dan karakteristik risiko perusahaan dengan lebih baik. Analisis *profitabilitas* juga memungkinkan kita untuk membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai efek (*sekuritas*). Pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas.

Bagi kreditor laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok Menurut **James C. Van Horne** dan **John M. Wachowicz Jr** yang telah diterjemaahkan oleh **Dewi Fitriasari, S.S, MSI.,AK dan Deni Arnos Kwary, MHum** dalam buku **Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan** menerangkan:

> **" Rasio *profitabilitas* yaitu rasio yang menghubungkan laba dari penjualan dan investasi. "**
>
> **(2005;222)**

Sedangkan menurut **Sutrisno** dalam buku **Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi** menyebutkan:

> **" Rasio keuntungan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan. "**
>
> **(2007:254)**

Berdasarkan pengertian diatas kita dapat menarik kesimpulan mengenai rasio *profitabilitas* memiliki peranan yang sangat penting dalam menganalisis Laporan Keuangan khususnya bagi investor dalam melihat kinerja perusahaan dalam menanamkan investasinya. Rasio *profitabilitas* ini berguna untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan perusahaan. Semakin besar tingkat *profitabilitas* menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan.

Rasio *profitabilitas* merupakan ukuran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Dalam rasio *profitabilitas* ini dapat dikatakan sampai sejauh mana keefektifan dari keseluruhan manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Rasio *profitabilitas* merupakan hasil dari sejumlah besar kebijakan dan keputusan manajemen dalam menggunakan sumber-sumber dana perusahaan.

Untuk menilai *profitabilitas* suatu perusahaan yaitu dengan menggunakan rasio *profitabilitas*. Rasio *profitabilitas* menghubungkan laba dengan besaran tertentu yaitu penjualan maupun modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba. Ada beberapa indikator untuk mengukur rasio *profitabilitas* yang dapat digunakan sesuai kepentingan. Menurut **Sutrisno** dalam buku **Manajemen Keuangan Teori,**

Konsep, dan Aplikasi menyebutkan ada bebeapa indikator untuk mengukur tingkat rasio *profitabilitas* yaitu:

1. ***Profit Margin***
2. ***Return On Assets (ROA)***
3. ***Return On Equity (ROE)***
4. ***Return On Invesment (ROI)***
5. ***Earning Per Share (EPS)***

(2007:253)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- *Profit margin* merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai. Rumus yang biasa digunakan adalah sebagai berikut:

  $$\textit{Profit Margin} = \frac{\text{EAT}}{\text{Penjualan}}$$

- *Return On Asset* juga sering disebut sebagai *rentabilitas* ekonomi merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus yang biasa digunakan adalah sebagai berikut:

  $$\textit{ROA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}}$$

- *Return On Equity* ini sering disebut dengan *rate of return on Net Worth* yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki sehingga *ROE* ini ada yang menyebut sebagai

rentabilitas modal sendiri. Laba yang diperhitungkan adalah laba bersih setelah dipotong pajak atau *EAT*. Dengan demikian rumus yang digunakan adalah:

$$ROE = \frac{\text{EAT}}{\text{Modal Sendiri}}$$

- *Return On Invesment* merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk mengukur rasio ini adalah laba bersih setelah pajak atau EAT. Dengan demikian rumus yang digunakan adalah:

  $$ROE = \frac{\text{EAT}}{\text{Investasi}}$$

- *Earning Per Share*, kadang-kadang pemilik juga menginginkan data mengenai keuntungan yang diperoleh untuk setiap lembar sahamnya. *Earning Per Share* atau laba per saham merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan per lembar saham pemilik. Laba yang digunakan sebagai ukuran adalah laba bagi pemilik atau EAT:

  $$\text{EPS} = \frac{\text{EAT}}{\text{Jumlah Lembar Saham}}$$

Adapun rasio *profitabilitas* yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah ROA (*Return On Asset*). ROA atau Tingkat pengembalian aktiva menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat pengembalian dalam bentuk *Net Income* dari aktiva yang ditanamkan.

ROA dapat diukur dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Karena aktiva digunakan sepanjang tahun untuk menghasilkan laba, maka untuk mengurangi adanya ROA yang lebih rendah atau yang lebih tinggi dari ROA yang sebenarnya maka sebaiknya digunakan rata-rata aktiva selama setahun apabila data bulanan tersedia maka rata-rata saldo bulanan selama setahun sebaiknya digunakan. Tetapi karena pada umumnya laporan keuangan diterbitkan setahun sekali, para analis dapat menghitung rata-rata aktiva dengan rumus :

$$\frac{\text{Saldo awal + saldo akhir}}{2}$$

Dengan demikian ROA dapat ditentukan dengan persamaan :

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}}$$

EBIT merupakan jumlah laba sebelum pajak dan aktiva merupakan sumber daya yang dikuasai oleh suatu perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba. *Return On Asset* mempunyai dua komponen yaitu *profit margin* dan perputaran total aktiva (*Asset*). *Profit margin* melaporkan kemampuan perusahaan menghasilakan laba dari tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* bisa diinterprestasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yakni sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya yang ada di perusahaan. Perputaran total aset mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan penjualan dari total investasi tertentu. Rasio ini juga bisa diartikan sebagai kemampuan perusahaan mengelola aktiva berdasarkan tingkat penjualan yang tertentu.

2.1.4 **Pengaruh Penerimaan Piutang Pelanggan Terhadap *Profitabilitas***

Banyak perusahaan menjual secara kredit agar dapat menjual lebih banyak produk atau jasa. Dari penjualan kredit tersebut maka timbullah piutang. Piutang adalah merupakan kebiasaan bagi perusaan untuk memberikan kelonggaran kepada para pelanggan pada waktu melakukan penjualan. Kelonggaran-kelonggaran yang diberikan , biasanya dalam bentuk memperbolehkan para pelanggan tersebut membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan. Penjualan dengan syarat demikian disebut penjualan kredit. Penjualan kredit tersebut maka terjadilah piutang. Ini berarti perusahaan mempunyai hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain.

Dengan adanya hak klaim ini perusahaan dapat menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa ia berpiutang. Oleh karena adanya manfaat (dalam bentuk diterimanya uang tunai, aktiva lain atau jasa) yang diharapkan dapat diperoleh di masa datang, maka piutang dianggap sebagai aktiva.

Setiap perusahaan menginginkan laba yang cukup besar. Salah satu cara untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan yaitu dengan analisis *profitabilitas*. Analisis *profitabilitas* perusahaan merupakan bagian utama analisis laporan keuangan. Seluruh laporan keuangan dapat digunakan untuk analisis laporan keuangan, namun yang paling penting adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi melaporkan hasil operasi perusahaan selama satu periode. Tujuan utama perusahaan

adalah hasil operasi yang memiliki peran penting dalam menentukan nilai, solvabilitas dan likuiditas perusahaan.

Analisis *profitabilitas* sangat penting bagi semua pengguna, khususnya investor ekuitas dan kreditor. Bagi investor ekuitas laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai efek (sekuritas). Pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas. Bagi kreditor laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok.

Dalam mengukur *profitabilitas* , salah satunya dapat dilakukan dengan analisis *Return On Asset* (ROA). Dimana ROA dapat mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset (kekayaan) yang dipunyai perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk menandai asset tersebut.

Seperti yang kita ketahui bahwa piutang merupakan salah satu aktiva lancar, dimana aktiva juga merupakan bagian dari *profitabilitas* (ROA). Oleh karena itu jika sebuah perusahaan dapat mengelola aktiva lancarnya dengan lebih efisien sehingga beroperasi dengan investasi yang lebih pada modal kerja, maka hal ini akan meningkatkan *profitabilitas* perusahaan tersebut.

Adapun teori penghubung yang dikemukakan **Abdul Halim** dalam buku **Manajemen Keuangan Bisnis** menyebutkan bahwa:

"investasi dana dalam bentuk piutang menyangkut pertimbangan timbal balik *(trade-off)* antara *profitabilitas* dan risiko."

(2002:133)

Dan teori penghubung yang dikemukakan oleh **Jhon J. wild, Subramanyam K.R, dan Robert F. Halsey** dalam buku **Financial Statement Analysis** yang diterjemaahkan oleh **Yanifi S. Bachtiar dan S. Nurwahyu Harahap** menyebutkan bahwa:

"Penilaian kualitas laba *(profitabilitas)* sering kali dipengaruhi oleh analisis piutang dan kolektibilitasnya"

(2005:261)

Oleh karena itu *profitabilitas* yang diperoleh perusahaan akan meningkat apabila analisis piutang dan kolektibilitasnyan berjalan dengan baik. Analisis piutang penting karena apabila tingkat pertumbuhan piutang melebihi tingkat pertumbuhan pendapatan perlu dilakukan analisis untuk menemukan penyebabnya. Penyebabnya mungkin karena pendapatan di dorong oleh insentif yang lebih besar, perpanjangan masa kredit atau strategi saat ini sebagai antisipasi pendapatan dimasa depan. Faktor-faktor tersebut berdampak pada pendapatan di masa depan, berdampak baik maupun berdampak buruk, selain itu factor-faktor tersebut mempengaruhi penagihan piutang apabila tidak tepat waktu maka bisa terjadi akan menyebabkab piutang tak tertagih dan menurunkan penerimaan piutang. Oleh karena itu perusahan harus bisa meningkatkan penerimaan piutangnya dan lebih meningkatkan kolektibilitasnya atau penagihannya yang menyebabkan banyak piutang yang tak tertagih sehingga berpengaruh pada pendapatan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Persaingan ketat antar operator seluler dalam menarik konsumen belakangan ini memang kian marak saja. Aneka promosi menggiurkan sering ditawarkan sehingga banyak konsumen terlena dan sekadar menggunakan nomor ponsel untuk memetik keuntungan saja. Tidak heran jika pelanggan dengan mudah berganti-ganti nomor.

Penggunaan telepon seluler merupakan salah satu sarana untuk berkomunikasi. Bagi konsumen penggunaan telepon seluler ini dimaksudkan untuk mempermudah berkomunikasi kapan dan dimana saja. Sedangkan bagi perusahaan, disamping untuk menyediakan jasa kepada pelanggan, lebih mengkonsentrasikan terhadap pengembalian piutang dan jasa yang telah diberikan. Pada PT. Excelcomindo Pratama *(Excelkom)* piutang terjadi karena adanya penjualan kredit yaitu kartu proXL pascabayar, dimana pelanggan menggunakan telp terlebih dahulu teleponnya tanpa mengisi pulsa terlebih dahulu setelah itu pada waktu yang telah ditentukan pelanggan diwajibkan membayar tagihan telepon sesuai dengan besarnya penggunaannya.

Menurut **Michell Suharli** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi untuk Bisnis Jasa dan Dagang** piutang diartikan sebagai berikut:

" Piutang mencakup semua tagihan dalam bentuk uang kepada perseorangan, badan usaha atau pihak tertagih lainnya. Artinya pihak lain yang berhutang kepada perusahaan. Sebagian besar jumlah piutang timbul umumnya dari transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit."

(2006:201)

Keberhasilan atau kegagalan sebuah bisnis terutama akan tergantung pada permintaan atas produk-produknya atau aturannya, semakin tinggi nilai penjualannya

semakin besar keuntungannya dan semakin tinggi harga sahamnya. Penjualan kemudian akan tergantung pada beberapa faktor, beberapa diantaranya merupakan faktor-faktor eksternal tetapi yang lainnya berada di bawah kendali perusahaan. Determinan-determinan utama yang dapat dikendalikan dari penjualan adalah harga jual, kualitas produk, periklanan dan kebijakan kredit perusahaan.

Menurut **Eugene F. Brigham** yang diterjemaahkan oleh **Ali Akbar Yulianto** dalam buku **Dasar-dasar Manajemen Keuangan** Kebijakan kredit terdiri atas empat variabel berikut ini :

1. **"Masa kredit**
2. **Potongan harga**
3. **Standar kredit**
4. **kebijakan penagihan"**

(2006:175)

Adapun penjelasan dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- Masa kredit, yang merupakan jangka waktu yang diberikan kepada pembeli untuk melunasi pembelinya.
- Potongan harga yang diberikan untuk pembayaran lebih cepat, termasuk persentase potongan harga dan seberapa cepat pemabayaran harus dilakukan untuk memenuhi persyaratan pemberian potongan harga
- Standar kredit yang memiliki arti kekuatan keuangan yang disyaratkan atas pelanggan yang menerima fasilitas kredit
- kebijakan penagihan, yang diukur oleh seberapa keras atau lunaknya perusahaan dalan usaha menagih akun-akun yang lambat pembayarannya

Biasanya perusahaan telekomunikasi mencatat pengakuan piutang bersamaan dengan pengakuan pendapatan. Menurut **IAI** dalam bukunya **SAK** melalui **PSAK No. 25** menyebutkan bahwa:

> **"Hal Kerangka Dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan dinyatakan definisi Penghasilan (*income*) meliputi baik pendapatan (*revenues*) maupun keuntungan (*gains*)".**
>
> **(2002:25,5**

Pendapatan timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, deviden, bunga, royalti dan sewa. Bagi perusahaan jasa telekomunikasi seperto *Excelcom*, kompososi pendapatan perusahaan berasal dari pemakaian pasca bayar (langganan) yang terdiri dari biaya langganan, pulsa lokal/interlokal, SMS, biaya *feature* (FAX DATA, *Itemezed Bill*), pendapatan bulanan lainnya berasal dari penjualan *voucher*, penjualan *staterpact*, penyewaan *Back Bone (Lease Line)*.

Menurut **IAI** dalam bukunya **SAK** melalui **PSAK No. 35** mengenai **Akuntansi Pendapatan Jasa Telekomunikasi** menyebutkan bahwa:

> **"Khusus untuk jenis jasa telepon dan jasa telex. Zona *Excelcom* dapat dibedakan menjadi hubungan lokal, interlokal, internasional. Dalam menyelenggarakan jasa telekomunikasi tersebut maka setiap hubungan yang disalurkan senantiasa menuntut adanya interkoneksi jaringan telekomunikasi yang ada antara jaringan satu operator disuatu negara dengan satu atau lebih operator negara lain."**
>
> **(2002:35,4)**

Menurut **IAI** dalam bukunya **SAK** melalui **PSAK No. 35** mengenai **Akuntansi Pendapatan Jasa Telekomunikasi** menyebutkan bahwa:

"untuk penyelenggaraan jasa telekomunikasi pendapatan diakui dengan menggunakan dasar akrual. Pengakuan pendapatan jasa telekomunikasi interkoneksi diatur sebagai berikut:

(a) Pendapatan jasa telekomunikasi yang timbul dari interkoneksi untuk hubungan lokal, interlokal dan hubungan transit diakui sebesar bagian pendapatan masing-masing penyelenggara yang ditentukan sesuai dengan perjanjian kontraktual dengan penyelenggara lain.

(b) Pendapatan jasa telekomunikasi yang timbul dari interkoneksi untuk hubungan internasional termasuk hubungan transit diakui sebesar bagian pendapatan masing-masing penyelenggara untuk periode berjalan, yang ditentukan sesuai dengan konvensi internasional tentang pembagian interkoneksi .

(c) Apabila informasi tentang jumlah bagian pendapatan sebenarnya untuk periode berjalan belum diketahui, jumlahnya harus ditentukan berdasarkan estimasi yang layak.

Sedangkan Pengakuan pendapatan jasa telekomunikasi yang dilaksanakan sendiri diatur sebagai berikut:

(a) Pendapatan atas jasa pemasangan baru dan mutasi diakui pada saat terminal pelanggan siap untuk digunakan.

(b) Pendapatan atas pemakaian fasilitas telekomunikasi yang didasarkan atas tarif dan satuan ukuran pemakaian seperti pulsa, menit, kata, dan satuan ukuran lainnya diakui sebesar jumlah pemakaian sebenarnya selama periode berjalan .

(c) Pendapatan jasa sehubungan dengan penggunaan sarana telekomunikasi seperti jasa penggunaan sirkit, penggunaan transponder satelit, dan penggunaan perangkat lainnya diakui sesuai dengan jumlah penggunaan sebenarnya selama periode berjalan.

(d) Pendapatan pemakaian telepon umum koin diakui pada saat koin diambil.

(e) Pendapatan atas penjualan kartu telepon diakui pada saat kartu diserahkan, kecuali terdapat metode estimasi yang lebih andal."

(2002:35,4)

Dalam menilai kinerja suatu perusahaan kita biasanya menggunakan berbagai macam indikator, salah satunya dengan menggunakan analisis laporan keuangan melalui analisis rasio. Analisis rasio merupakan salah satu cara pemrosesan dan penginterprestasian informasi akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan sehingga dengan analisis rasio ini dapat diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan di bidang keuangan

Menurut **Erich A. Helfert** yang telah diterjemaahkan oleh **Herman Wibowo** dalam Buku **Teknik Analisis Keuangan** yang dimaksud denga ***Profitabilitas*** adalah :

> **" Hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang di infestasikan "**
>
> **(2007:112)**

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan keuntungan (*profitabilitas*) sangat penting bagi perusahaan, bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbukan bisnisnya namun juga memperkokoh kondisi keuangan perusahaan yang kuat. *Profitabilitas* juga merupakan faktor penting dalam menilai kinerja perusahaan. Pada PT. Excelcomindo Pratama *profitabilitas* di pengaruhi oleh penerimaan piutang pelanggan. Piutang tersebut disebabkan oleh adanya penjualan kredit yaitu berupa produk kartu proXL pascabayar Pada PT. Excelcomindo Pratama, dimana pelanggan harus membayar tagihan telepon yang telah digunakan. Maka dari itu, perusahaan harus bisa lebih meningkatkan penerimaan piutang pelanggannya. Apabila penerimaan piutang pelanggan meningkat

maka *profitabilitas* meningkat sedangkan apabila penerimaan piutang pelanggan menurun maka *profitabilitas* pun menurun.

Piutang merupakan aktiva lancar, dimana dalam menentukan jumlah atau tingkat aktiva lancar pihak manejemen harus mempertimabangkan keuntungan dan kelebihan antara *profitabilitas* dan risiko.

Adapun teori penghubung ynag dikemukakan oleh **James C. Van Horne** dan **John M. Wachowicz, JR** yang telah diterjemaahkan oleh **Dewi Fitriasari, S.S, MSI.,AK dan Deni Arnos Kwary, MHum** dalam buku **Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan** menyebutkan bahwa:

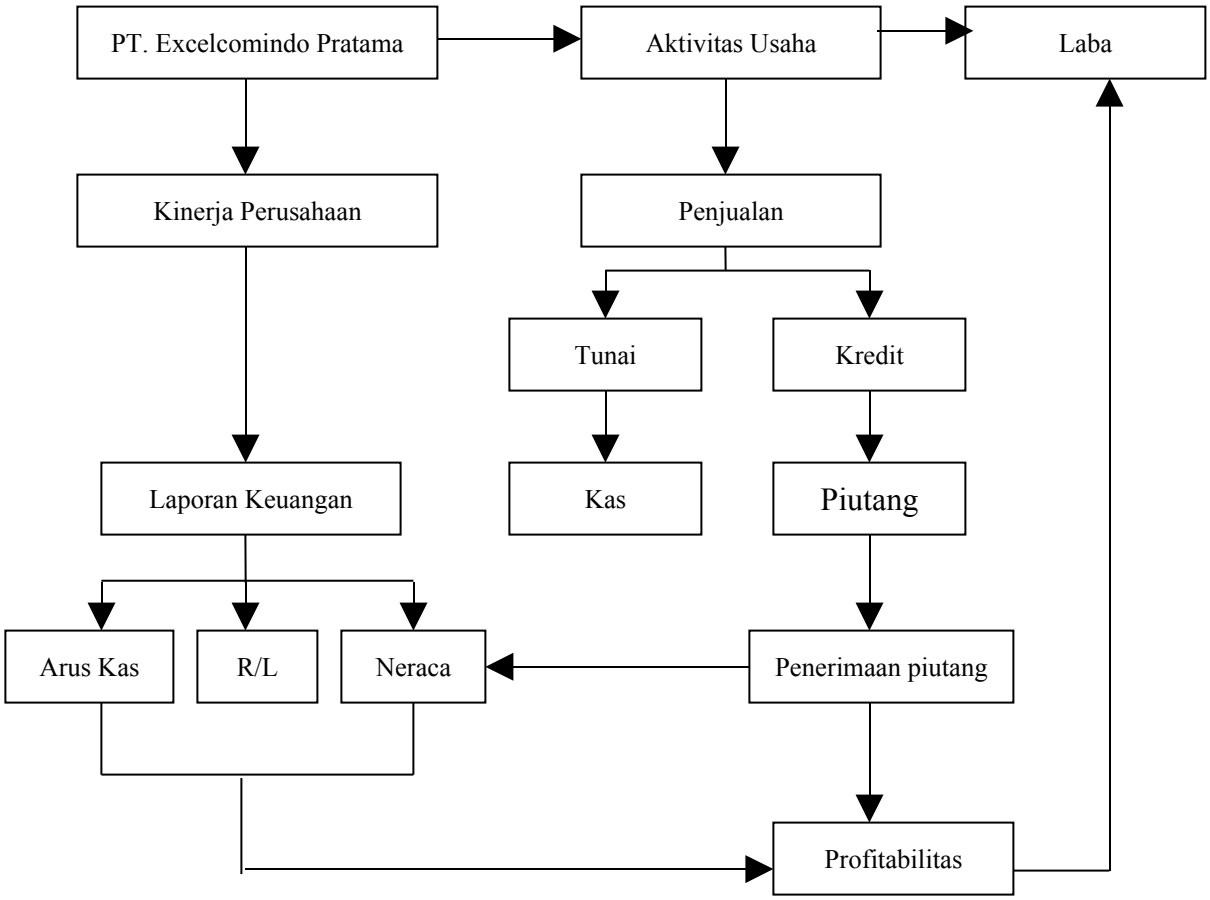
"Kondisi ekonomi, penetapan harga produk, kualitas produk dan kebijakan kredit perusahaan adalah sebagai pengaruh utama dalam tingkat piutang usaha perusahaan. Semua pengaruh tersebut, kecuali yang terakhir umumnya diluar pengendalian manejer keuangan. Akan tetapi, seperti juga dengan aktiva lancar lainnya, manejer tersebut dapat mengubah tingkat piutang dalam menyeimbangkan keuntungan dan kerugian antara *profitabilitas* dan risiko"

(2005:372)

Oleh karena itu jika sebuah perusahaan dapat mengelola aktiva lancarnya dengan lebih efisien sehingga beroperasi dengan investasi yang lebih kecil pada modal kerja, maka hal ini akan meningkatkan profitabilitas. Dimana dengan adanya piutang maka perusahaan akan menerima kas pada masa datang

.

Untuk lebih jelas lagi kerangka pemikiran akan digambarkan pada gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu juga dan dapat menuntun atau mengarahakan penelitian selanjutnya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat menyimpulkan hipotesis sementara bahwa:

"Penerimaan Piutang dari Pelanggan berpengaruh terhadap *Profitabilitas* pada PT. Excelcomindo Pratama Tbk"