BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Piutang

2.1.1.1 Pengertian Piutang

Piutang merupakan komponen aktiva lancar yang penting dalam aktivitas ekonomi suatu perusahaan karena merupakan aktiva lancar perusahaan yang paling besar setelah kas. Piutang timbul akibat adanya penjualan jasa secara kredit, bisa juga melalui pemberian pinjaman. Adanya piutang manunjukan terjadinya penjualan secara kredit yang dilakukan perusahaan sebagai salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Berikut pengertian piutang menurut para pakar yaitu :

Menurut Ely Suhayati dan Sri Dewi Anggadini (2009:177) piutang adalah sebagai berikut :

> "Suatu tagihan terhadap perusahaan atau orang-orang tertentu yang timbul akibat penjualan kredit atau disebabkan perusahaan telah memberikan jasa tertentu".

Menurut Hadri Mulya (2010:198) pengertian piutang yaitu :

> "Piutang adalah berupa hak klaim atau tagihan berupa uang atau bentuk lainnya kepada seseorang atau suatu perusahaan".

Menurut Slamet Sugiri (2009:43), pengertian piutang :

> "Piutang adalah tagihan baik kepada individu-individu maupun kepada perusahaan lain yang akan diterima dalam bentuk kas"

Menurut Warren, Reeve, Fess (2005:404) yang diterjemahkan oleh Aria Farahmita, Amanugrahani dan Taufik Hendrawan, pengertian piutang yaitu :

> "Piutang usaha *(account receivable*) timbul akibat adanya penjualan kredit. Sebagian besar perusahaan menjual secara kredit agar dapat menjual lebih banyak produk atau jasa. Istilah piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap entitas lainnya, termasuk individu, perusahaan atau organisasi lainnya".

Dari beberapa pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa piutang adalah hak penagihan kepada pihak lain atas uang, barang atau jasa yang timbul akibat adanya penjualan barang atau jasa secara kredit.

2.1.1.2 Klasifikasi Piutang

Pengklasifikasian piutang dilakukan untuk memudahkan pencatatan transaksi. Berikut klasifikasi piutang menurut beberapa pakar yaitu :

Menurut Keiso, Weygandt, Warfield (2002:386) yang diterjemahkan oleh Emil Salim , piutang dapat diklasifikaskan sebagai berikut:

a. Piutang lancar (piutang jangka pendek)

b. Piutang tak lancar (jangka panjang)

Menurut Warren, Reeve, Fess (2005:404) yang diterjemahkan oleh Aria Farahmita, Amanugrahani dan Taufik Hendrawan, piutang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Piutang usaha (*Account Recevable*)
   Yaitu piutang yang berasal dari penjualan barang atau jasa yang merupakan kegiatan usaha normal perusahaan.
2. Piutang Wesel / Wesel Tagih (*Notes Recevable*)
   Yaitu junlah terhutang bagi pelanggan jika perusahaan telah menerbitkan surat hutang formal. Wesel biasanya digunakan untuk jangkla waktu yang pembayaran lebih dari 60 hari. Jika wesel diperkirakan akan tertagih dalam jangka waktu satu tahun, maka dalam neraca wesel diklasifikasikan sebagai aktiva lancar.
3. Piutang lain-lain
   Yaitu meliputi piutang bunga, piutang pegawai, dan piutang dari perusahaan. Jika piutang lain-lain diperkirakan dapat ditagih dalam jangka waktu satu tahun maka piutang ini diklasifikasikan sebagai aktiva lancar.

Menurut Soemarso (338:2004) piutang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Piutang dagang

   Yaitu piutang yang berasal dari penjualan barang dan jasa yang merupakan kegiatan normal perusahaan.

b. Piutang lain-lain

   Yaitu meliputi piutang pegawai, piutang bunga, piutang dari pemegang saham, dan lain-lain.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Piutang

Menurut Bambang Riyanto (2001:85) faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah piutang adalah sebagai berikut :

1. Volume penjualan kredit
   Makin besar jumlah penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah piutang dan sebaliknya makin kecil jumlah penjualn kredit dari keseluruhan piutang akan memperkecil jumlah piutang.
2. Syarat pembayaran penjualan kredit
   Semakin panjang batas waktu pembayaran kredit berarti semakin besar jumlah piutangnya dan sebaliknya semakin pendek batas waktu pembayaran kredit bearti semakin kecil besarnya jumlah piutang.
3. Ketentuan dalam pembatasan kredit
   Apabila batas maksimal volume penjualan kredit ditetapkan dalam jumlah yang relative besar maka besarnya piutang juga semakin besar.
4. Kebijakan dalam pengumpulan piutang.
   Perusahaan dapat menjalankan kebikjaksanaan dalam pengumpulan piutang dalam 2 cara yaitu pasif dan aktif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan lain yang menggunakan kebijaksanaanya secara pasif.
5. Kebiasaan membayar dalam pelanggan
   Semua piutang yang diperkirakan akan terealisasikan menjadi kas dalam setahun di neraca disajikan dalam pada bagian aktiva lancar.

2.1.1.4 Manajemen Piutang

Piutang yang diberikan perusahaan kepada para langgananya diharapkan dapat tertagih tepat pada waktunya. Akan tetapi ada kalanya piutang tidak dapat ditagih kembali. Untuk mencegah terjadinya hal tersebut, perusaan perlu mengelola piutang.

Menurut Ridwan S.Sundjaja (2002:236) pada umumnya manajer keuangan langsung mengawasi piutang usaha melalui keterlibatanya dalam pengelolaan :

a. Kebijakan kredit
   1. Seleksi dalam pemberian kredit

Seleksi dalam pemberian kredit adalah suatu keputusan dimana seseorang/perusahaan akan memberikan kredit kepada pelangganya dan berapa besar kredit yang akan diberikanya.

a. 5K dalam kredit
   Lima dimensi utama yang sering digunakan dalam analis kredit perusahaan dalam menganalisa kemapuan permohona kredit yaitu :
   - Karakter
     Meneliti dan memperlihatkan sifat pribadi, cara hidup dan status social. Hal ini penting karena berkaitan dengan kemauan untuk membayar.
   - Kemampuan
     Meneliti kemampuan pimpinan perusahaan beserta stafnya dalam meraih penjualan ataupun pendapatan yang dapat diukur dari penjualan yang dicapai pada masa lalu. Hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk membayar.
   - Kapital
     Mengukur posisi keuangan secara umum dengan memperhatikan capital/modal yang dimiliki perusahaan juga perbandingan hutang dan capital.
   - Kolateral
     Mengukur besarnya aktiva yang akan diikatkan sebagai kolateral dan kredit.
   - Kondisi
     Memperlihatkan kondisi perekonomian serta kecenderungan perekonomian yang akan mempengaruhi terhadap jalanya usaha perusahaan.

b. Memperoleh informasi kredit
   Jika pelanggan ingin mengetahui persyaratan kredit, biasanya bagian kredit akan mengisi formulir yang harus diisi tentang keuangan, informasi kredit dan referensi. Melalui informasi tersebut, perusahaan memperoleh informasi tambahan dari sumber lain. Jika perusahaan sudah pernah memberikan kredit kepada permohonan maka perusahaan mempunyai sejarah dari informasi pembayaranya.

c. Menganalisa informasi kredit
   Perusahaan menyusun prosedur khusus untuk digunakan dalam analisa kredit /evaluasi permohonan kredit. Seringkali perusahaan tidak hanya harus menentukan kemampuan kredit dari pelanggan, tetapi juga harus memperhatikan jumlah maksimum kredit yang akan diberikan.

2. Standar kredit
   Standar kredit adalah persyaratan minimum untuk memberikan kredit kepada pelanggan hal-hal lain seperti nama baik langganan sehubungan dengan kredit atau pembayaran utang-utang dagangnya baik kepada perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan lain.

3. Persyaratan kredit
   Persyaratan kredit adalah syarat pembayaran yang dibutuhkan bagi pelanggan. Misalnya syarat kredit yang dinyatakan seperti 2/10 net 30, artinya pembeli menerima potongan sebesar 2% apabila pembayaran paling lambat dilakukan dalam waktu 3 hari setelah awal periode kredit. Akan tetapi jika pelanggan tidak mengambil diskon tunai maka keseluruhan pembayaran harus dilakuakan dalam waktu 30 hari setelah awal periode kredit.

b. Kebijakan penagihan piutang
   Kenijakan penagihan piutang adalah sekumpulan prosedur penagihan suatu piutang pada saat jatuh tempo. Perusahaan hatus berhati-hati untuk tidak terlalu agresif dalam usaha-usaha mengumpulkan piutag dari langgananya. Bilamana langgananya tidak dapat membayar tepat pada waktunya maka sebaiknya perusahaan menunggu sampai jangka waktu tertentu dianggap wajar sebelum menerapkan prosedur pengumpulan piutang. Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya dilakuakn perusahaan jika pelanggan belum membayar sampai dengan waktu yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:
   1. Melalui surat
   2. Melalui telepon
   3. Melalui kunjungan personal
   4. Tindakan yuridis

   Berdasarkan uraian diatas diharapkan perusahaan dapat meminimumkan jumah piutang yang tidak tertagih sehingga menuntut perusahaan untuk memilki menejemn piutang yang baik. Manajemen piutang tersebut dapat diharapkan dapat menetapkan kebijakan-kebijakan untuk meminimalisasi piutang tak tertagih.

2.1.2 Piutang Tak Tertagih

2.1.2.1 Pengertian Piutang Tak Tertagih

Penjualan secara kredit akan menguntungkan perusahaan karena lebih menarik pembeli, sehingga volume penjualan meningkat dan menaikkan pendapatan perusahaan. Dipihak lain penjualan secara kredit sering kali mendatangkan kerugian yaitu apabila si debitur tidak mau atau tidak mampu melaksanakan kewajibannya. Bila suatu barang atau jasa dijual secara kredit,

biasanya sebagian dari piutang langganan tidak dapat ditagih. Hal ini sudah merupakan gejala umum dan resiko yang harus ditanggung oleh perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan penjualan kredit.

Betapapun telah teliti didalam mengevaluasi kondisi pelanggan dalam pembelian kredit dan sangat efisien prosedur penagihan piutang, namun kenyataannya masih terdapat sejumlah pelanggan yang tidak dapat memenuhi kewajibannya. Biaya operasi yang timbul dari tak tertagihnya piutang tersebut disebut kerugian dari piutang tak tertagih.

Piutang Tak Tertagih timbul karena adanya resiko piutang yang tidak dapat terbayar oleh debitur perusahaan karena berbagai alasan, misalnya pailit/bangkrut, force major, karakteristik pelanggan. Semakin banyak piutang usaha yang diberikan maka semakin banyak pula jumlah piutang yang tak terbayar.

Menurut Horngren et al (2002:314) Jika perusahaan tidak mampu menagih piutang dari pelanggan sehingga menciptakan beban, maka disebut dengan beban piutang tak tertagih

Menurut Kieso (2002:390) yang diterjemahkan oleh Emil salim piutang tak tertagih adalah sebagai berikut :

> "Kerugian pendapatan, yang memerlukan, melalui ayat jurnal pencatatan yang tepat pada akun, penurunan aktiva piutang usaha serta penurunan yang berkaitan dengan laba".

Sedangkan menurut James D. Stice (2009:417) yang diterjemahkan oleh Sam Setya piutang tak tertagih adalah sebagai berikut :

"Piutang yang nyata-nyata tidak dapat ditagih karena penjualan secara kredit, yang merupakan kerugian bagi kreditur"

Maka penulis menyimpulkan bahwa piutang tak tertagih adalah piutang yang tidak terbayarkan oleh konsumen. Tidak ada satupun ketentuan umum yang merupakan pedoman untuk menetukan kapan suatu piutang tak tertagih. Kenyataanya bahwa seorang debitur gagal untuk membayar kewajibanya. Apabila debitur tersebut bangkrut barulah ada petunjuk pasti bahwa sebagian atau seluruh piutang terhadap debitur tersebut tidak dapat tertagih.

Piutang yang telah ditetapkan sebagai piutang tak tertagih bukan merupakan aktiva lagi, oleh karena itu harus dikeluarkan dari pos piutang dalam neraca. Piutang tak tertagih merupakan suatu kerugian, dan kerugian ini harus dicatat sebagai beban (*expense),* yaitu beban piutang tak tertagih *(bad debt expense),* yang disajikan dalam laporan laba rugi. Semua penghapusan ini harus dicatat dengan tepat dan teliti karena berhubungan langsung dengan laporan keuangan yang digunakan manajemen dalam pengambilan keputusan.

Berikut penyajian pos piutang tak tertagih dalam laporan keuangan :

Tabel 2.1
Penyajian pos piutang tak tertagih

Jenis Transaksi	Debit	Kredit
<u>Penyajian pos piutang tak tertagih dalam neraca</u>		
Account Receivable	xxx	
Bad Debt Expense		(xxx)
<u>Penyajian beban piutang tak tertagih dalam laporan laba rugi</u>		
Operating Expense:		
Bad Debt Expense		xxx

2.1.2.2 Metode Penghapusan Piutang Tak Tertagih

Dalam pencatatan piutang tak tertagih ada dua metode akuntansi untuk mencatat piutang yang diperkirakan tidak akan tertagih yaitu Menurut Werren Reeve Fess (2005:407) yang diterjemahkan oleh Aria Farahmita, Amanugrahani, dan Taufik Hendrawan. Tentang metode pencatatan piutang adalah :

> **"**Terdapat dua metode untuk mencatat piutang yang diperkirakan tidak akan tertagih yaitu metode penyisihan *(Allowance Method)*, membuat akun beban piutang tak tertagih sebelum piutang tersebut dihapus dan metode penghapusan langsung *(Direct Write-Off Method)* mengakui beban bahwa hanya pada saat piutang dianggap benar-benar tidak dapat ditagih lagi**."**

1. Metode Penghapusan Langsung (*direct write method*)

   Menurut Soemarso (2005:345), menyatakan bahwa metode penghapusan langsung adalah :

   > "Metode yang mencatat kerugian karena tidak tertagihnya piutang pada saat piutang yang bersangkutan diputuskan untuk dihapuskan."

   Metode penghapusan langsung merupakan metode yang digunakan untuk mencatat kerugian akibat adanya piutang tak tertagih. Dalam metode ini, perusahaan tidak melakuakan pencatatan ataupun selama suatu piutang belum ditentukan sebagai piutang tak tertagih dan akan dihapuskan. Metode ini akan mengabaikan kemungkinan akan adanya kerugian piutang tak tertagih sampai suatu piutang terbukti tak tertagih. Tidak ada penyisihan dimuka yang dibuat untuk piutang tak tertagih. Dalam hal ini piutang tak tertagih merupakan jumlah piutang yang benar-benar tak tertagih dalam suatu periode akuntansi.

Setelah suatu piutang ditentukan untuk dihapuskan perusahaan membuat jurnal sebagai berikut

Tabel 2.2
Jurnal Metode Penghapusan Langsung

Keterangan	Debit	Kredit
Beban piutang tak tertagih *Bad debt expense* *Account receivable*	Xxx	 xxx
Memunculkan kembali beban piutang yang telah dihapuskan *Account receivable* *Bad debt expense*	Xxx	 xxx
Penerimaan kas dari piutang yang telah dihapuskan *Cash* *Account receivable*	Xxx	 xxx

Metode ini mengasumsikan bahwa dari setiap penjualan yang dihasilkan piutang usaha dengan baik, dan bahwa kejadian selanjutnya membuktikan bahwa piutang tertentu tidak dapat ditagih dan tidak bernilai. Metode penghapusan langsung ini pada umunya digunakan oleh perusahaan kecil, yang penjualanya lebih banyak secara tunai dari pada kredit atau pencatatan tentang penjualan kreditnya lebih singkat.

2. Metode Penyisihan (*allowance method)*

Metode ini menggunakan penyisihan atau cadangan *(allowance*) dalam mencatat kerugian yang timbul akibat adanya piutang tak tertagih. Dalam hal ini pihak manajemen tidak menunggu sampai suatu piutang benar-benar tidak apat ditagih, melainkan membuat suatu perkiraan jumlah kemungkinan piutang yang tidak dapat ditagih. Jumlah piutang yang tidak akan tertagih tersebut dapat

diramalkan dari pengalaman masa lalu. Berdasarkan metode ini ada jurnal-jurnal yang dibutuhkan dalam menangani kerugian piutang-piutang tak tertagih, jurnalnya sebagai berikut :

Tabel 2.3
Jurnal Metode Penyisihan

Keterangan	Debit	Kredit
Penjualan secara kredit *Account receivable* *sales*	xxx	 xxx
Mencatat penyisihan *Bad debt expense* *Allowance for bad debt*	xxx	 xxx
Mencatat beban piutang tak tertagih *Allowance for bad debt* *Account receivable*	xxx	 xxx
Mencatat kembali beban piutang yang telah dihapuskan *Account receivable* *Allowance for bad debt*	xxx	 xxx
Penerimaan kas dari piutang yang telah dihapuskan *Cash* *Account receivable*	xxx	 xxx

Tabel 2.4
Perbedaan metode penghapusan piutang tak tertagih

Kondisi	Metode langsung	Metode penyisihan
Pengakuan piutang	Piutang usaha Penjualan	Piutang usaha Penjualan
Menaksir kerugian akibat piutang tak tertagih	-	Beban piutang ragu-ragu Cadangan piutang ragu-ragu
Piutang dihapuskan dari pembukuan	Beban piutang ragu-ragu Piutang usaha	Cadangan piutang ragu-ragu Piutang usaha
Piutang yang telah dihapuskan kemudian diterima pembayaranya	Piutang usaha Beban piutang ragu-ragu Kas Piutang usaha	Piutang usaha Cadangan piutang ragu-ragu Kas Piutang usaha

2.1.3 Umur Piutang

Salah satu cara untuk menghitung penyisihan piutang tak tertagih adalah dengan menerapkan presentase berbeda terhadap kelompok umur piutang tertentu. Setiap akhir periode akuntansi, misalnya akhir bulan atau akhir tahun, dibuat daftar piutang. Ini adalah rincian saldo piutang menurut nama pelanggan pada suatu saat tertentu. Agar dapat diketahui berapa lama piutang suatu pelanggan telah berlalu, daftar piutang, biasanya, dikelompokkan menurut umur.

Menurut Soemarso (2004:346) menyatakan bahwa umur piutang adalah :

’’Jangka waktu sejak dicatatnya transaksi penjualan sampai dengan saat dibuatnya umur piutang .’’

Skedul umur piutang terdiri dari kolom-kolom yang memperlihatkan jumlah piutang dalam masing-masing kelompok umur. Masing-masing piutang

dianalisis untuk menetapkan piutang mana yang belum dan mana yang sudah jatuh tempo.

Menurut Indriyo dan Basri (2002:209) dengan diketahui umur piutang maka akan dapat diketahui:

1. Piutang-piutang mana yang sudah dekat dengan jatuh tempo dan harus ditagih
2. Piutang-piutang yang sudah lewat jatuh tempo dan perlu dihapuskan karena sudah tidak dapat ditagih kembali

Umur piutang sering digunakan dalam praktek. Umur piutang ini mengindikasi akun mana yang memerlukan perhatian khusus dengan memperlihatkan umur piutang usaha. Umur piutang biasanya tidak disusun untuk menentukan beban piutang tak tertagih, tetapi sebagai alat pengendalian untuk menentukan komposisi piutang dan mengidentifikasi piutang yang diragukan.

Dibawah ini disajikan contoh skedul umur piutang (*aging schedule)* :

Tabel 2.5
Skedul umur piutang *(Aging Schedule)*

Umur piutang (hari)	% dari nilai total piutang
0-20	50
21-30	20
31-45	15
46-60	3
>60	12
TOTAL	100

Bila perusahaan menetapkan syarat waktu penjualan kredit 20 hari, maka hanya sebesar 50% dari nilai piutang yang tidak bermasalah. Sebaliknya piutang

yang berumur lebih dari 21 hari sampai dengan lebih dari 60 hari yang berjumlah 50% maka dikatakan bahwa perusahaan tersebut mengalami masalah yang serius dengan pelangganya.

Dengan menggunakan umur piutang, perusahaan dapat mengetahui posisi piutang pada periode tertentu sehingga dapat mengambil kebijakan keuangan yang tepat serta untuk menggambarkan seberapa besar pengaruhnya terhadap kondisi keuangan perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kegiatan perusahaan selain membuat suatu produk, menjual barang-barang dan lain-lain perusahaan juga dapat menghasilkan pendapatan dari penjualan jasa yang mereka berikan kepada konsumen.

Menurut Amin Widjaja tunggal (2009:106), perusahaan jasa adalah :

> "Perusahaan yang memberiakan konsumennya jasa atau produk tak berwujud"

Dari kutipan diatas, perusahaan jasa ini tidak menjual barang yang berwujud melainkan pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.

Perusahaan jasa ini melakukan pelayanan jasa dengan cara pembayaranya secara kredit yang menimbulkan piutang bagi kreditur dan menimbulkan utang bagi debitur.

Menurut Mulyadi (2001:201) pelayanan jasa secara tunai dan kredit adalah:

> ”Secara tunai adalah penjualan yang pembayarannya diterima sekaligus (langsung lunas). Kredit adalah penjualan yang pembayarannya tidak diterima sekaligus (tidak langsung lunas)”

Menurut Michell Suharli (2006:202), piutang adalah sebagai berikut :

“Jumlah piutang dari pelanggan yang terjadi karena transaksi penjualan barang dan jasa”

Dari pengertian diatas, bahwa penjualan barang atau jasa secara kredit dapat menimbulkan piutang, apabila piutang yang dilunasi tepat pada tanggal jatuh temponya maka termasuk kedalam piutang lancar sedangkan piutang yang pelunasanya melewati tanggal jauh tempo piutang tersebut termasuk kedalam piutang macet atau bahkan piutang tersebut tidak dapat tertagih.

Penyebab piutang tak tertagih dari segi pemilik piutang karena kuranganya usaha penagihan, kurangnya control dari pemberi piutang, kurangnya seleksi dari pemberian kredit, atau perusahaan tersebut memiliki piutang terhadap perusahaan lain tetapi perusahaan lain juga belum bisa membayar piutangnya sehingga perusahaan tersebut menunggu piutangnya dibayar oleh pihak lain, dan jika piutangnya dibayar oleh pihak lain maka perusahaan tersebut akan membayar piutang nya kepada perusahaan yang bersangkutan, sedangkan dari segi pihak yang berutangnya penyebabnya bisa bermacam-macam, misalnya pihak yang berutang tiba-tiba mengalami kesulitan keuangan, kebangkrutan usaha atau pihak yang berutang mempunyai motif untuk secara sengaja untuk tidak membayar utangnya.

Menurut Kieso, yang diterjemahkan Emil Salim (2007:350), ada dua metode pencatatan piutang tak tertagih yaitu :

1. Metode penghapusan langsung (*direct write off method*), dimana perusahaan tidak melakukan penyisihan sebelum jumlah tertentu ditetapkan sebagai yang tidak tertagih.
2. Metode penyisihan piutang (*allowance Method*), dimana perusahaan akan membuat suatu perkiraan untuk sejumlah tertentu piutang yang tidak tertagih.

Salah satu alat keuangan tambahan sehubungan dengan analisis piutang ini adalah skedul umur piutang *(Aging Schedule).* Metode ini berusaha mengadakan klasifikasi piutang atau dasar umur lamanya piutang tersebut.

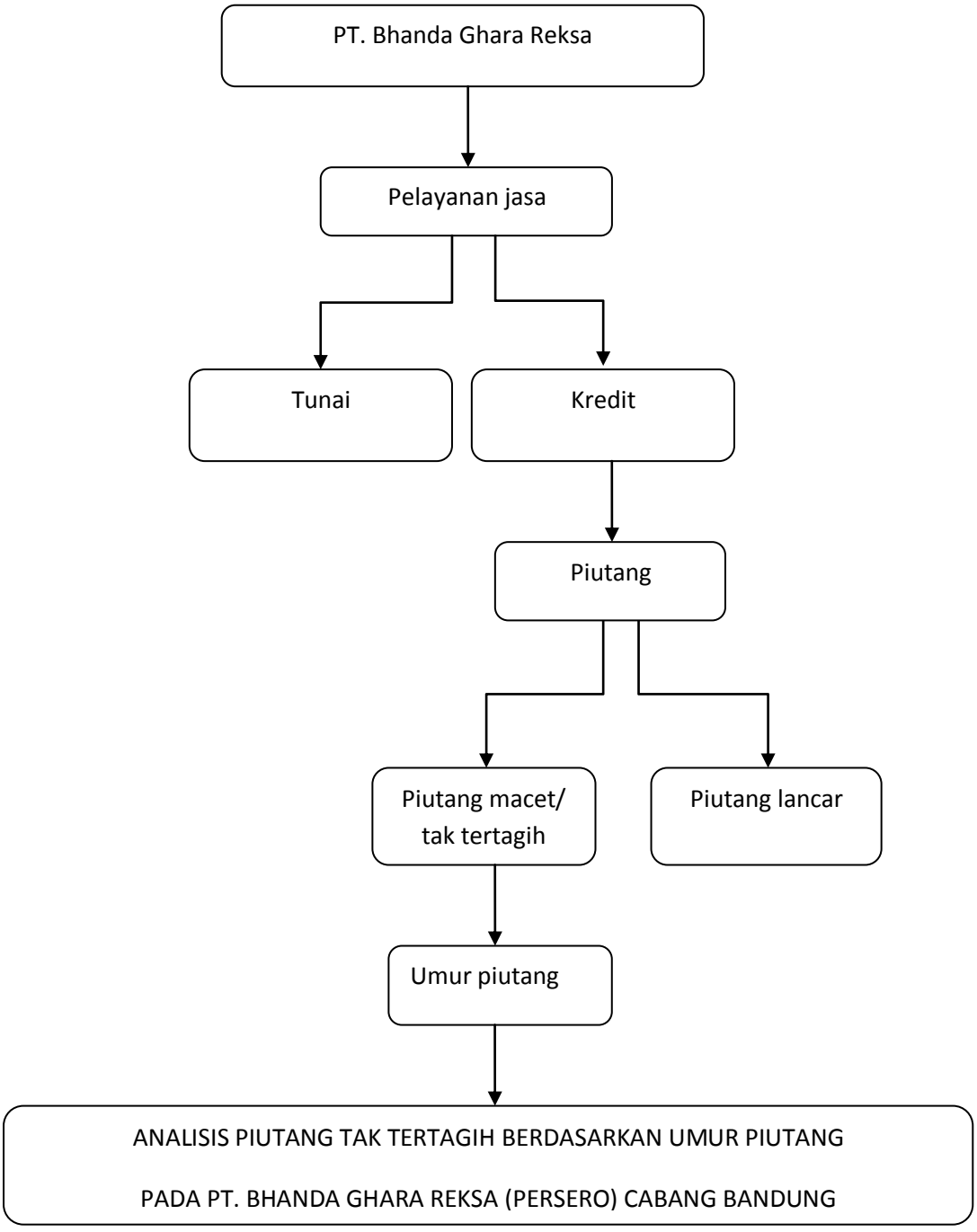
Menurut Soemarso (2004:346) menyatakan bahwa umur piutang adalah :

''Jangka waktu sejak dicatatnya transaksi penjualan sampai dengan saat dibuatnya umur piutang .''

Menurut Indriyo dan Basri (2002:96) dengan diketahui umur piutang maka akan dapat diketahui:

1. Piutang-piutang mana yang sudah dekat dengan jatuh tempo dan harus ditagih
2. Piutang-piutang yang sudah lewat jatuh tempo dan perlu dihapuskan karena tidak sudah tidak dapat ditagih kembali

Dari kutipan diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa dengan menggunakan umur piutang, perusahaan dapat mengetahui posisi piutang pada periode tertentu sehingga dapat mengambil kebijakan keuangan yang tepat serta untuk menggambarkan seberapa besar pengaruhnya terhadap kondisi keuangan perusahaan.



Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran