

ANALISIS EFEKTIVITAS MANAJEMEN PIUTANG PADA PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk

Dona Ade Safitri¹, Muhamad Helmi², Gokmanto Siringoringo³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama^{1,2}

Akademi Keuangan dan Perbankan Mulia Darma Pratama³

Email: Donasafitri571@email.com¹, hm.helmi@email.com², gokmantosiringoringo@gmail.com³

ABSTRAK

Secara umum penjualan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu penjualan secara tunai (*cash sales*) dan penjualan secara kredit (*credit sales*). Melalui penjualan secara kredit, maka akan timbul suatu akun yang dikenal dengan piutang (*account receivable*). Cara untuk menentukan Efektivitas piutang dapat menggunakan dua ukuran yaitu tingkat perputaran piutang (*turnover receivable*) dan rata-rata piutang. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah pengelolaan manajemen piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk sudah efektif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data yang digunakan metode deskriptif. Sumber data pada penelitian ini ialah data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mengidentifikasi kinerja dan kebijakan pengelolaan piutang yang dilaksanakan oleh perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk sudah efektif atau belum efektif. Berdasarkan hasil pengujian didapat kesimpulan bahwa pengelolaan manajemen piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk periode tahun 2020-2022 masih belum efektif, rata rata piutang di periode penelitian tersebut naik dan perputaran piutang 3 periode menunjukkan di bawah angka standar. Perusahaan juga masih belum mampu memenuhi kewajiban yang harus dipenuhi dengan aktiva lancar yang dimiliki. Adanya pengelolaan efektif dan efisien mampu membuat perusahaan memperoleh laba lebih banyak dari tahun ke tahun.

Kata Kunci : piutang, efektivitas, manajemen piutang.

ABSTRACT

In general, sales can be conducted through two methods, namely cash sales and credit sales. Through credit sales, an account known as accounts receivable is created. Two measures can be used to determine the effectiveness of accounts receivable management, namely the accounts receivable turnover rate and the average accounts receivable. The research problem in this study is whether accounts receivable management at PT. Electronic City Indonesia Tbk is effective. This research utilizes a quantitative method with descriptive data analysis. The data source for this study is secondary data derived from the company's financial reports. This research aims to assess and identify the performance and policies of accounts receivable management implemented by PT. Electronic City Indonesia Tbk as either effective or ineffective. Based on the test results, it is concluded that accounts receivable management at PT. Electronic City Indonesia Tbk for the period of 2020-2022 is still not effective, with the average accounts receivable increasing during the research period and the accounts receivable turnover for the three periods falling below the standard. The company also has not been able to meet its obligations with the current assets it possesses. Effective and efficient management can enable the company to generate increasing profits from year to year.

Keywords: accounts receivable, effectiveness, accounts receivable management.

I. PENDAHULUAN

Ditengah persaingan bisnis yang ketat perusahaan dituntut untuk mampu menguasai pasar, sehingga berbagai strategi perlu ditempuh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai penjualan diantaranya adalah dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produk, menambah jumlah tenaga penjualan meningkatkan biaya produksi, menerapkan kebijakan penjualan dengan potongan harga (*cash discount*) dan lain – lain. Upaya diatas dilakukan dengan harapan agar jumlah pelanggan konsumen menjadi bertambah dari waktu ke waktu yang pada akhirnya akan meningkatkan angka penjualan perusahaan (Pebriani N 2010)

Secara umum penjualan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu penjualan secara tunai (*cash sales*) dan penjualan secara kredit (*credit sales*). Penjualan secara tunai transaksi jual beli dengan pola pembayaran secara langsung pada saat transaksi, sementara penjualan secara kredit merupakan transaksi jual beli dengan pembayaran dilakukan secara tertunda. Melalui penjualan secara kredit, maka akan timbul suatu akun yang dikenal dengan piutang (*Account receivable*) (Ninin Salmah 2014).

Menurut (Warren (2006:34) piutang ialah semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi

lainnya, piutang biasanya memiliki bagian signifikan dari total aktiva lancar perusahaan. Sedangkan menurut (Huang 2017) Piutang menunjukkan adanya klaim perusahaan kepada pihak (perusahaan) lain dalam bentuk uang, barang, jasa, atau dalam bentuk non-kas lainnya yang harus dilakukan piutang usaha dapat berupa tagihan yang timbul karena penjualan barang dagangan jasa atau penjualan aktiva lainnya yang dilakukan secara kredit dan transaksi – transaksi lainnya. Masalah piutang sangat penting karena piutang merupakan current aset yang selalu berputar terus – menerus, oleh sebab itu piutang harus dikelola dengan efisien karena berkaitan dengan laba atau keuntungan yang akan di peroleh perusahaan.

Kebijakan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan akan menimbulkan biaya. Biaya tersebut antara lain biaya administrasi piutang, biaya modal atas dana yang tertanam dalam piutang, biaya penagihan dan biaya piutang yang tidak dapat ditagih. Namun biaya yang dikeluarkan tersebut harus diimbangi dengan meningkatkan penjualan atas manfaat yang diperoleh dari kebijakan tersebut. Agar tujuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui piutang dapat terwujud, maka perusahaan harus benar – benar melakukan pengelolaan piutang yang baik sehingga tidak muncul kerugian dan dapat meningkatkan volume penjualan mengurangi angka kemacetan piutang / piutang tak tertagih dan meningkatkan perolehan laba perusahaan. Pengelolaan dapat dilakukan perusahaan dengan melakukan analisis manajemen piutang secara efektif (Agustina 2009) Agar semua piutang dapat ditagih dan diterima atau dikonveksi sebagai kas yang akan menghasilkan laba bagi perusahaan. Analisis efektivitas pengelolaan piutang perlu dilakukan oleh perusahaan karena bertujuan untuk mengetahui efektivitas pengelolaan piutang perusahaan, dengan demikian perusahaan dapat mengambil kebijakan pengelolaan piutang saat ini, penyelesaian piutang tak tertagih dan pengendalian piutang perusahaan di masa yang akan datang (Ninin Non Ayu Salmah 2014)

Efektivitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, menyangkut bagaimana melakukan pekerjaan yang benar. Menurut (Dwi Prastowo 2002) nmenilai efektivitas manajemen piutang bisa digunakan menggunakan dua ukuran yakni tingkat perputaran piutang (turnover receivable) atau rata-rata piutang terkumpulnya piutang tingkat perputaran piutang (Turnover receivable) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengumpulkan piutangnya , Semakin tinggi rasio maka semakin cepat uang dapat dikembalikan kepada pelanggan dan semakin baik kondisi likuiditas perusahaan. berguna bagi pengelola perusahaan karena memungkinkan mereka untuk mengevaluasi

efisiensi piutang dan mengidentifikasi masalah yang mungkin terjadi di dalam proses penagihan piutang. Rata – rata piutang adalah pengukuran efisiensi manajemen piutang Perusahaan yang diperlukan untuk melunasi piutang atau mengubah piutang menjadi kas

PT. Electronic City Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan ritel produk elektronik modern di Indonesia. Berdiri sejak tahun 2001 dan membuka toko standalone sekaligus toko pertama (flagship store) di Sudirman Central Business District. Electronic City resmi menjadi perusahaan terbuka pada tanggal 3 Juli 2013 dan tercatat di PT Bursa Efek Indonesia (kode saham ECII). Electronic City melepas 333.333.000 saham atau sebanyak 25% dari modal ditempatkan dan disetor penuh setelah penawaran umum dengan harga penawaran Rp 4.050 per saham. Dan telah mengoperasikan 62 toko yang tersebar di beberapa kota besar di Pulau Jawa, Bali, Sumatera, dan Sulawesi. Electronic City menawarkan produk yang beragam dalam empat kategori utama yaitu: audio-video, peralatan rumah tangga, IT dan telepon selular dan kamera dan peralatan kantor. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya Electronic City juga didukung oleh 11 gudang distribusi yang berada di Jakarta, Tangerang, Bogor, Bandung, Magelang, Medan, Lampung, Batam, Makassar, Palembang, dan Kendari. Dalam suatu perusahaan, ada kalanya penjualan kredit lebih besar posisinya dari pada penjualan secara tunai dan memberikan kontribusi/pengaruh terbesar terhadap laba/profit perusahaan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, peranan manajemen piutang dalam hal ini menjadi sangat penting bagi perusahaan yang bersangkutan. Dan pastinya ada beberapa hal yang menjadikan isu bahwa kendati menghadapi berbagai masalah baik eksternal maupun internal Perseroan tetap berupaya mencatatkan kinerja baik dan membuat kemajuan.

Bisa dilihat dari data piutang PT. Electronic City Indonesia Tbk periode th 2020 – 2022 pada tabel di bawah ini :

Tabel 1
Data piutang PT. Electronic City Indonesia Tbk th 2020 – 2022

Tahun	Piutang (Rp)
2020	342.256.850.756
2021	387.564.149.467
2022	410.362.119.144

Sumber: (Annual report PT. Electronic City Indonesia Tbk th 2020 -2022)

Tabel diatas menunjukkan dari tahun 2020 – 2022 mengalami naik turun, ditahun 2020 jumlah

piutang usaha sebesar 19.701.697.210 mengalami minus growth sebesar (1,16%) dibandingkan dengan tahun 2021. Ditahun berikutnya 2021 jumlah piutang usaha sebesar 16.895.080.835 lebih kecil dibandingkan tahun berikutnya 2022 sebesar 25.250.638.494 mengalami growth sebesar (66%) dari jumlah piutang ditahun berikutnya.

Data penjualan dan piutang pada PT.Electronic City Indonesia Tbk periode 2020 – 2022 sebagai berikut :

Tabel 2

Data penjualan dan piutang pada PT.Electronic City Indonesia Tbk pada periode 2020 – 2022

No.	Th	Penjualan
1.	2020	1.615.303.005.399
2.	2021	1.806.645.703.477
3.	2022	1.029.240.405.152

diatas terlihat untuk penjualan di tahun 2020 – 2021 mengalami naik turun , bisa dilihat ditahun 2020 puncak penjualan terbesar yaitu total sebesar 1.615.303.005.399 mengalami growth sebesar 11% pada tahun 2021 (1.806.645.703.477) namun ditahun 2022 (1.029.240.405.152) mengalami minus growth sebesar - 43%.

Adapun Penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh (Pebriani N 2010) dengan judul “Analisis efektivitas manajemen piutang pada PT. Biro klasifikasi Indonesia (persero)” adapun dengan hasil penelitian manajemen piutang belum efektif. Hal ini disebabkan karena terdapat beberapa rasio (rasio aktivitas) yang berada di bawah standar yang ditetapkan. Selain itu terdapat pula beberapa rasio yang nilainya terlalu tinggi (rasio likuiditas). Sedangkan penelitian dari (Ninin Salmah 2014) yang berjudul “Analisis efektivitas manajemen piutang pada PT.Indofood Sukses Makmur Tbk” dengan hasil penelitian perusahaan melakukan pengelolaan piutang dengan cukup baik, walaupun investasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada piutang meningkat selama periode penelitian, karena nilai rasio mencerminkan besarnya saldo piutang dan efektivitas manajemen piutang. Perusahaan mampu memenuhi kewajiban yang harus segera dipenuhi dengan aktiva lancar yang dimiliki. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS EFEKTIVITAS MANAJEMEN PIUTANG PADA PT.ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk”.

II.METODOLOGI PENELITIAN

Piutang

Piutang merupakan tagihan kepada pihak lain di

masa yang akan datang karena terjadinya transaksi di masa lalu. Piutang juga dapat diartikan sebagai tagihan kepada perorangan atau badan yang timbul dari penjualan barang atau jasa secara kredit. Menurut (Kieso, et all 2002) Piutang adalah klaim uang, barang, atau jasa kepada pelanggan atau pihak-pihak lainnya. Untuk tujuan pelaporan keuangan, piutang diklasifikasikan sebagai piutang lancar (jangka pendek) atau piutang tidak lancar (jangka panjang). Sedangkan menurut (Mahagiyani 2019) piutang adalah tuntutan kepada pelanggan dan pihak lain untuk memperoleh uang, barang dan jasa (asset) tertentu pada masa yang akan datang sebagai akibat penyerahan barang atau jasa yang dilakukan saat ini.

Klasifikasi piutang terbagi menjadi tiga sebagai berikut :

1. Piutang Usaha (Account Receivable)

Piutang usaha (Account Receivable) adalah jumlah akan di tagih dari pelanggan sebagai akibat penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang usaha memiliki saldo normal di sebelah debet sesuai dengan saldo dapat di tagih dalam jangka waktu yang relative pendek.

2. Piutang Wesel (Notes Receivable)

Piutang Wesel (Notes Receivable) adalah tagihan perusahaan kepada pembuat wesel. Pembuat wesel di sini adalah pihak yang telah berhutang kepada perusahaan baik melalui peminjaman barang atau jasa secara kredit maupun peminjaman sejumlah uang.

3. Piutang Lain-lain

Piutang lain-lain umumnya dikalsifikasikan dan di laporkan secara terpisah di dalam neraca. Contohnya adalah piutang bunga,piutang dividen (tagihan kepada investasi sebagai hasil atas investasi), piutang pajak (tagihan perusahaan kepada pemerintah berupa restitusi atau pengembalian atau kelebihan pembayaran pajak).

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi besar kecilnya piutang Menurut (Riyanto 2013) sebagai berikut :

1. Volume Penjualan Kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang.

2. Kebijakan dalam Mengumpulkan Piutang.

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam mengumpulkan piutang secara aktif maupun pasif.

3. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayarannya yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Semakin panjang batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.

Adapun Kebijakan pengelolaan piutang sebagai berikut :

1. Menawarkan Kebijakan kredit

Dapat menentukan jumlah yang akan diterima dan jangka waktu pembayaran kredit dengan menawarkan kebijakan kredit kepada calon pembeli. Konsumen akan lebih senang jika jangka waktu kredit, lebih panjang sehingga beban pembayaran akan semakin ringan. Selain itu, dapat juga memilih persyaratan serta tingkat pengeluaran kepada calon konsumen untuk membayar kredit.

2. Membuat Standar kredit

Dalam pengajuan kredit , perlu membuat standar kredit. Standar kredit adalah kualitas kelayakan calon kredit calon konsumen untuk melakukan pengajuan kredit sesuai ketentuan perusahaan.

3. Penagihan secara berkala

Ketika memberikan kredit kepada calon pembeli , perlu adanya penagihan berkala dengan mengirimkan pesan melalui email, telepon, atau media social Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan dan mengingatkan kesadaran konsumen untuk segera memenuhi kewajiban dalam melakukan pembayaran tepat pada waktunya.

Adapun tujuan manajemen piutang adalah :

1. Meyakinkan jumlah piutang itu memang ada, dan bukan fiktif.
2. Menentukan tingkat kecairan, untuk pengelompokkan ke aktiva lancar atau aktiva lain-lain.
3. Untuk mendapat dasar dalam membuat cadangan dan pengesahan piutang.
4. Untuk mengontrol apakah maksimum kredit masing-masing terlampaui atau tidak.
5. Sebagai sumber penelitian kondisi debitur.
6. Sebagai kontrol terhadap saldo buku besar piutang perusahaan.

Manajemen Piutang

Pengertian manajemen piutang usaha terdiri dari dua kata yang memiliki arti yaitu manajemen dan piutang. Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengarahan, dan pengawasan yang bertujuan untuk bisa mencapai suatu tujuan

organisasi yang telah di tetapkan. Sedangkan piutang merupakan klaim pada pihak lain baik berupa uang, barang, ataupun jasa. Menurut (Safitri 2010) manajemen piutang adalah suatu proses perencanaan dan pengawasan dalam bentuk klaim kepada pihak lain, perorangan, badan usaha, maupun pihak tertagih atas setiap aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul dari pelaksanaan transaksi penjualan kredit.

Efektivitas Manajemen Piutang

Efektivitas manajemen piutang adalah serangkaian kegiatan yang mana perusahaan lakukan untuk mengelola piutang dengan efektif sehingga dapat berjalan dengan baik dan juga menjadi suatu hal penting untuk mewujudkan tujuan pengelolaan piutang perusahaan yang baik (Ova Irama 2021)

Menurut (Putri 2002) untuk mengukur tingkat efisiensi piutang bisa digunakan menggunakan dua ukuran yakni tingkat perputaran piutang atau rata-rata piutang terkumpulnya piutang. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang semakin efisien piutang tersebut atau semakin cepat piutang dibayar efisien.

Suatu pekerjaan dikatakan efektif jika suatu pekerjaan dapat diselesaikan tepat, ada waktunya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Beberapa pengertian efektivitas diatas maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas manajemen piutang adalah keadaan dan kemampuan yang dilakukan dalam mengelola piutang secara tepat (kuantitas, kualitas dan waktu) sehingga dapat mengantisipasi piutang yang bermasalah dan perusahaan dapat mencapai tujuannya sesuai dengan apa yang diharapkan.

Pengukuran Efektivitas Manajemen Piutang

Untuk mengukur tingkat efisiensi piutang bisa digunakan dua ukuran yakni tingkat perputaran piutang atau rata-rata piutang terkumpulnya piutang. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang semakin efisien piutang tersebut atau semakin cepat piutang dibayar efisien (Putri et al. 2002). Analisis efektivitas manajemen piutang menggunakan Analisis investasi piutang, analisis rasio keuangan dan analisis horizontal dan vertikal. Berikut pengertian analisis investasi piutang , analisis rasio keuangan serta analisis horizontal dan vertikal.

1. Analisis investasi piutang

Investasi piutang mencerminkan besarnya biaya pengadaan piutang. Semakin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang.

2. Analisis rasio keuangan

analisis rasio keuangan meliputi rasio solvabilitas, rasio likuiditas dan rasio aktivitas.

Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya. Rasio solvabilitas meliputi debt to equity ratio merupakanimbangan antara hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri (Riyanto 2013). Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang segera harus dipenuhi. Rasio aktivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah receivable turnover (rasio perputaran piutang) yaitu kemampuan dana yang tertanam dalam piutang berputar dalam suatu periode tertentu.

3. Analisis Horizontal dan Analisis Vertikal
 Analisis horizontal dilakukan dengan membandingkan suatu pos dalam laporan keuangan dengan pos yang sama pada periode sebelumnya (periode dasar). Analisis horizontal menunjukkan arah perubahan suatu pos dalam laporan keuangan dari satu periode ke periode lainnya. Dilakukan terhadap pos-pos dalam neraca dan laba rugi.

Tingkat perputaran piutang (Turnover Receivable)

Rasio yang digunakan untuk mengukur beberapa lama penagihan piutang selama satu periode. Atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode Menurut (Warren Dkk 2017:441-43) piutang usaha (receivable turnover) pada perusahaan yang efektif yaitu piutang yang dapat berputar lebih dari 12 kali. Jika angka rasio ini lebih rendah maka perputaran piutang kurang efisien sebaliknya jika angka rasio lebih tinggi maka perputaran piutang efisien bagi perusahaan. Hal ini jelas memberikan pemahaman tentang kualitas piutang dan kesuksesan penagihan piutang. Tingkat perputaran piutang (turnover Receivable) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$RTO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{rata-rata piutang}}$$

Sumber : (Kasmir 2010)

Rata – Rata Piutang

Rata – rata piutang dapat diperoleh dengan cara menjumlahkan piutang awal periode dengan piutang akhir periode dibagi dua, tingkat perputarannya semakin rendah. Tingkat perputaran piutang yang tinggi menunjukkan cepatnya dana terikat dalam piutang atau dengan kata lain cepatnya piutang dilunasi oleh pelanggan. Semakin kecil angka rata – rata piutang berarti menunjukkan bahwa tidak ada tunggakan yang dapat merugikan perusahaan. Dan sebaliknya jika angka rata – rata piutang dari periode semakin tinggi menunjukkan bahwa masih ada

tunggakan piutang yang belum tertagih.

Rata – rata piutang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rata – rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

Sumber : (Surindra dkk 2020)

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Locus pada peneliti ini adalah perusahaan Elektronik yang terdaftar di BEI yaitu PT.Electronic City Indonesia Tbk. Objek pada penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Electronic City Indonesia Tbk selama periode observasi yaitu 2020 – 2022.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kuantatif .Metode ini menggambarkan suatu hasil penelitian. Metode penelitian kuantatif merupakan metode penelitian berlandaskan data konkrit (positivstic) berupa angka – angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan , berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk meghasilkan kesimpulan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan metode analisis deskriptif kuantitaif. Data ini berupa laporan keuangan PT.Electronic City Indonesia Tbk yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 - 2022.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

1. Studi Kepustakaan
 Data yang didasarkan kepustakaan seperti informasi – informasi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan diteliti berasal dari literatur – literatur , bacaan – bacaan yang sesuai dan relevan dengan penelitian.
2. Dokumentasi
 Menurut (Sugiyono 2019:314) metode dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi di sajikan dalam bentuk tulisan gambar ataupun berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian . Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dari sumber data maka peneliti menggunakan teknik Dokumentasi yaitu metode

pengumpulan data melihat, menggunakan dan mempelajari data – data Sekunder laporan keuangan yang diperoleh dari website BEI dan melalui laporan keuangan yang di akses dari website resmi PT. Electronic City Indonesia Tbk. Dokumentasi berupa laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2020 – 2021.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

1. Untuk menjawab rumusan masalah pertama langkah – langkah yang dilakukan adalah mengukur tingkat efisiensi piutang menggunakan dua ukuran yaitu tingkat perputaran piutang (turnover receivable) dan rata – rata piutang.
2. Untuk menjawab rumusan masalah pertama langkah – langkah yang dilakukan adalah menganalisis efektif atau tidak pengelolaan piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk dengan cara membandingkan hasil pengukuran dan kriteria ukuran pegelolaan manajemen piutang yang efektif.

III HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Perputaran Piutang (RTO) perhitungan perputaran piutang PT. Electronic City Indonesia Tbk periode tahun 2020 – 2022 menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Tahun 2020

$$\begin{aligned}
 RTO &= \frac{\text{Penjualan th 2020}}{\text{rata-rata piutang th 2020}} \\
 &= \frac{1.615.005.399}{350.675.650.503} \\
 &= 4,60 \text{ Kali}
 \end{aligned}$$

2. Tahun 2021

$$\begin{aligned}
 RTO &= \frac{\text{penjualan th 2021}}{\text{rata-rata piutang 2021}} \\
 &= \frac{1.806.645.703.477}{364.910.500.111} \\
 &= 4,95 \text{ Kali}
 \end{aligned}$$

3. Tahun 2022

$$\begin{aligned}
 RTO &= \frac{\text{penjualan th 2022}}{\text{rata-rata piutang 2022}} \\
 &= \frac{1.029.240.405.152}{398.963.134.305} \\
 &= 2,57 \text{ Kali}
 \end{aligned}$$

Tabel 3
Hasil perhitungan perputaran piutang (RTO) pada PT. Electronic City Indonesia Tbk periode Th 2020 – 2022

No	Tahun	Perputaran Piutang (RTO)
1.	2020	4,60 Kali
2.	2021	4,95 Kali
3.	2022	2,57 Kali

Sumber : Data yang telah diolah peneliti

Dari tabel diatas hasil perhitungan tingkat perputaran piutang (Turnover receivable) pada PT. Electronic City Indonesia Tbk tahun 2020 sebesar 4,60 kali masih dikategori kurang baik. Pada tahun 2021 perputaran piutang mengalami kenaikan sebesar 7,60% menjadi 4,95 kali dapat dikategori perputaran piutang kurang baik juga, dan pada tahun 2022 perputaran piutang mengalami penurunan sebesar – 48,08% menjadi 2,57 kali hal ini disebabkan penjualan pada tahun tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis penjualan tahun 2022 sebesar (1.029.240.405.152) lebih kecil dibanding tahun sebelumnya 2021 sebesar (1.806.645.703.477) menurun sebesar – 43,03% dan untuk jumlah piutang di tahun 2022 sebesar (398.963.134.305) lebih besar dibanding tahun 2021 sebesar (364.910.500.111) mengalami kenaikan sebesar 9,33% dikarenakan penumpukan piutang sehingga perputaran piutang di tahun 2020 – 2022 dikategorikan kurang baik / belum efisien angka perputaran piutang (Turnover receivable) yang masih belum sesuai dengan standar perusahaan yaitu 12 kali. Semakin baik kondisi perusahaan, karena modal yang terikat dalam piutang dapat kembali dengan cepat menjadi kas. Sedangkan piutang yang berputar semakin kecil, dapat

menunjukkan tidak kembalinya piutang dan dapat mengakibatkan penumpukan piutang selama periode penelitian.

Rata – rata piutang

Perhitungan rata – rata piutang PT. Electronic City Indonesia Tbk periode tahun 2020 – 2022 menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Tahun 2020

$$\text{Rata – rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$= \frac{359.094.450.251 + 342.256.850.756}{2}$$

$$= 350.675.650.503$$

2. Tahun 2021

$$\text{Rata – rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$= \frac{342.256.850.756 + 387.564.149.467}{2}$$

$$= 364.910.500.111$$

3. Tahun 2022

$$\text{Rata – rata piutang} = \frac{\text{piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$= \frac{387.564.149.467 + 410.362.119.144}{2}$$

$$= 398.963.134.305$$

Tabel 4
Hasil penghitungan Rata – rata piutang
PT. Electronic City Indonesia Tbk
periode tahun 2020 – 2022

No.	Tahun	Rata – rata piutang (Rp)
1.	2020	350.675.650.503
2.	2021	364.910.500.111
3.	2022	398.963.134.305

Sumber : Data yang telah diolah peneliti

Dari tabel diatas hasil perhitungan rata – rata piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk pada tahun 2020 sebesar (350.675.650.503), pada tahun 2021 rata – rata piutang mengalami kenaikan 4,05% menjadi (364.910.500.111) dan pada tahun 2022 rata – rata piutang mengalami kenaikan 9,33% menjadi (398.963.134.305). Hal tersebut menunjukkan tiap periode tahun ke tahun rata – rata piutang mengalami kenaikan yang dapat merugikan perusahaan karena dana yang seharusnya kembali berputar menjadi kas tetap tertanam dalam piutang.

Pembahasan perhitungan perputaran piutang dan rata – rata piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk periode th 2020 – 2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5

No.	Tahun	RTO (Kali)	Rata – rata Piutang (Rp)
1.	2020	4,60 kali	350.675.650.503
2.	2021	4,95 kali	364.910.500.111
3.	2022	2,57 kali	398.963.134.305

Sumber : Data yang telah diolah peneliti

Dapat dilihat dari tabel 5 untuk tiap tahun periode penelitian hasil akhir RTO dan Rata – rata piutang dan pengelolaan manajemen piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk ada beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perputaran piutang (Turnover Receivable)

Dari hasil perhitungan tingkat perputaran piutang (Turnover Receivable) pada PT. Electronic City Indonesia Tbk pada tahun 2020 – 2022. Pada tahun 2020 perputaran piutang sebesar 4,60 kali masih dikategori kurang baik. Pada tahun 2021 perputaran piutang mengalami kenaikan sebesar 7,60% menjadi 4,95 kali dapat dikategori perputaran piutang kurang baik juga, dan pada tahun 2021 perputaran piutang mengalami penurunan sebesar – 48,08% menjadi 2,57 kali hal ini disebabkan penjualan pada tahun tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis penjualan tahun 2022 sebesar (1.029.240.405.152) lebih kecil dibanding tahun sebelumnya 2021 sebesar (1.806.645.703.477) menurun sebesar – 43,03% dan untuk jumlah piutang di tahun 2022 sebesar (398.963.134.305) lebih besar dibanding tahun 2021 sebesar (364.910.500.111) mengalami kenaikan sebesar 9,33% dikarenakan penumpukan piutang sehingga perputaran piutang di tahun 2020 – 2022 dikategorikan kurang baik / belum

efisien angka rasio perputaran piutang tersebut masih dibawah standar yaitu 12 kali dalam tiap periode. Dapat dikatakan bahwa pengelolaan manajemen piutang masih belum efektif karena terjadinya penurunan angka perputaran piutang tiap periode.

2. Rata – rata piutang

Dari hasil perhitungan Rata – rata piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk pada tahun 2020 – 2022. Pada tahun 2020 rata – rata piutang sebesar (350.675.650.503), pada tahun 2021 rata – rata piutang mengalami kenaikan 4,05% menjadi (364.910.500.111) dan pada tahun 2022 rata – rata piutang mengalami kenaikan 9,33% menjadi (398.963.134.305). Hal tersebut menunjukkan tiap periode tahun ke tahun rata – rata piutang mengalami kenaikan artinya tiap tahun ke tahun mengalami kenaikan tunggakan piutang yang dapat merugikan perusahaan yang seharusnya dana tersebut kembali berputar menjadi kas tetapi tetap tertanam dalam piutang dan menumpuk tiap tahunnya.

Keterkaitan perputaran piutang, rata – rata piutang

Menurut (Brigham, Eugene F. Houston 2011:185) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan, atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan. Dalam penggunaan teori sinyal Informasi berupa kemampuan perusahaan dalam pengelolaan manajemen piutang sudah efektif atau belum. Jika sudah efektif pengelolaan piutangnya, maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya. Begitupula dengan kreditur akan tertarik untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan. Pengelolaan manajemen piutang akan menghasilkan laba yang tinggi serta keefektifan dalam mengelola perputaran piutang dan perputaran piutang menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga baik investor maupun kreditur akan merespon positif sinyal tersebut dan perusahaan akan meningkat.

Keterkaitan perputaran piutang, rata – rata

piutang dengan teori sinyal yaitu tingginya perputaran piutang dalam satu tahun menandakan keefektifan manajemen piutang, dan semakin rendah jumlah rata- rata piutang tiap tahunnya menandakan keefektifan pengelolaan manajemen piutang pada perusahaan tersebut. Dengan demikian, perputaran piutang yang semakin tinggi menimbulkan piutang semakin cepat diubah ke dalam kas dan pada akhirnya akan menghasilkan laba bagi perusahaan (Ninin Non Ayu Salmah 2014).

IV KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis efektivitas manajemen piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perputaran piutang (*Turnover receivable*)

Berdasarkan perhitungan rasio perputaran piutang (*Turnover receivable*) dapat dilihat bahwa tingkat perputaran piutang pada PT. Electronic City Indonesia Tbk dari tahun 2020 - 2022 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2020 perputaran piutang sebesar 4,60 kali masih dikategori kurang baik. Pada tahun 2021 perputaran piutang mengalami kenaikan sebesar 7,60% menjadi 4,95 kali dapat dikategori perputaran piutang kurang baik juga, dan pada tahun 2022 perputaran piutang mengalami penurunan sebesar – 48,08% menjadi 2,57 kali hal ini disebabkan penjualan pada tahun tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis. Penjualan tahun 2022 sebesar (1.029.240.405.152) lebih kecil dibanding tahun sebelumnya 2021 sebesar (1.806.645.703.477) menurun sebesar – 43,03% dan untuk jumlah piutang di tahun 2022 sebesar (398.963.134.305) lebih besar dibanding tahun 2021 sebesar (364.910.500.111) mengalami kenaikan sebesar 9,33% dikarenakan penumpukan piutang sehingga perputaran piutang di tahun 2020 – 2022 dikategorikan kurang baik / belum efisien angka rasio perputaran piutang tersebut masih dibawah standar yaitu 12 kali dalam tiap periode. Dapat dikatakan bahwa pengelolaan manajemen piutang masih belum efektif karena terjadinya penurunan angka perputaran piutang tiap periode.

2. Rata – rata piutang

Angka rata – rata piutang PT. Electronic City Indonesia Tbk mengalami kenaikan tiap periode menunjukkan bahwa Pada tahun 2020 rata – rata piutang sebesar (350.675.650.503),

pada tahun 2021 rata – rata piutang mengalami kenaikan 4,05% menjadi (364.910.500.111) dan pada tahun 2022 rata – rata piutang mengalami kenaikan 9,33% menjadi (398.963.134.305). Hal tersebut menunjukkan tiap periode tahun ke tahun rata – rata piutang mengalami kenaikan artinya tiap tahun ke tahun mengalami kenaikan tunggakan piutang yang dapat merugikan perusahaan yang seharusnya dana tersebut kembali berputar menjadi kas tetapi tetap tertanam dalam piutang dan menumpuk tiap tahunnya.

SARAN

Bedasarkan kesimpulan diatas , dapat disajikan saran sebagai berikut :

Bagi PT. Electronic City Indonesia Tbk

1. Perusahaan perlu meninjau kembali kebijakan untuk memberi kelonggaran yang terlalu besar bagi pelanggan dalam melunasi hutangnya, karena hal tersebut dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan modal kerja.
2. Sistem dan prosedur penjualan kredit perlu diterapkan dengan konsisten, sehingga setiap bagian yang terkait memiliki perhatian dan tanggung jawab pada tugasnya masing – masing. Sebab kesalahan yang dilakukan ada satu bagian dapat mempengaruhi bagian lainnya.
3. Melihat kecenderungan semakin besarnya piutang tertunggak dan tidak tertagih, maka periode berikutnya sebaiknya perusahaan meningkatkan kegiatan yang mengarah pada upaya pengembalian piutang tersebut, serta secara serius memperhatikan penjualan kredit agar tetap sesuai prosedur yang ditetapkan.

Bagi peneliti selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan perputaran piutang dan rata – rata piutang sebagai metode pengukuran efektivitas manajemen piutang
2. Diharapkan penelitian selanjutnya memperpanjang periode penelitian untuk menunjang penelitian agar lebih sistematis.
3. Terkait dengan objek penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan lebih teliti atau menggunakan variabel lain untuk mendapatkan hasil penelitian dengan lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Ria. 2009. “Analisis Efektivitas Manajemen Piutang Studi Kasus Pada PT. UNITEX, Tbk Bogor.” bogor .
bayu surindra, Siska N. Lestari, Ridwan.

2020. *Manajemen Keuangan*. edited by Emanuel Edo M. Kepel Press.

Brigham, Eugene F. Houston, Joel F. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.

Dwi Prastowo, Rifka Juliaty. 2002. *Analisis Laporan Keuangan , Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

ECII. 2020. *Annual Report PT. Electronic City Indonesia Tbk Tahun 2020*.

ECII. 2021. *Annual Report PT. Electronic City Indonesia Tbk Tahun 2021*.

ECII. 2022. *Annual Report PT. Electronic City Indonesia Tbk Tahun 2022*.

Huang, Stevanus. 2017. “Analisis Manajemen Piutang Pada Ud. Mulia Jaya Banjarmasin.” Skripsi thesis, STIE Indonesia Banjarmasin, Banjarmasin.

Kasmir, Kasmir Se. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. indonesia: Prenada Media.

Kieso, weygant ,jj, warfield TD. 2002. *Accounting Principle Pengantar Akuntansi*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.

Mahagiyani, and Juanita Pulungan Rohimah. 2019. “Analisis Efektivitas Pengendalian Piutang Terhadap Arus Kas Pada PT Perkebunan Nusantara Vi.” 1–10.

Ninin Non Ayu Salmah. 2014. *Analisis Efektivitas Manajemen Piutang Pada Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk*.

Ovanovi Irama, Suhaila Husna Samosir. 2021. “Analisis Efektivitas Manajemenpiutang Dalammengelola Piutang Pada Pt Altrak 1978 Cabang Medan.” <https://www.e-prosiding.umna.ac.id/index.php/penelitian/article/view/420/414>.

Pebriani N. 2010. *Analisis Efektivitas Manajemen Piutang Pada Perusahaan X Oleh Nenny Pebriani H24061801 Departemen Manajemen*. Bogor.

Putri, Nur Apica, Evi Yuniarti, And Dian Nirmala Dewi. 2002. “Pengukuran Tentang Efektivitas Pengelolaan Piutang Pada Pt Bismillah.” 1–7.

Riyanto, Bambang. 2013. *Dasar-Dasar Pembalajaan Perusahaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada.

Safitri, S. Nuraini. n.d. "Manajemen Piutang Usaha: Pengertian Dan Contohnya." *BISNIS*.
Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

warren Dkk. 2017. *Pengantar Akuntansi 1*. Adaptasi I. Jakarta: Salemba Empat.