

**ANALISIS MANAJEMEN PIUTANG DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP RENTABILITAS
PERUSAHAAN
(Kasus Perusahaan Otomotif dan Komponen
di Bursa Efek Indonesia**

Sitti Murniati

Dosen DPK STIE Wira Bhakti Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen piutang yang diukur dengan perputaran piutang dan umur rata-rata piutang terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM). Dalam penelitian ini digunakan metode analisis regresi berganda. Jenis data adalah kualitatif yang bersumber dari Indonesian Capital Market Directory (ICMD). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) variabel manajemen piutang yang diukur dengan perputaran piutang tidak berpengaruh terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM), hal ini berarti perputaran piutang tidak berperan secara langsung dalam upaya mendukung peningkatan rentabilitas pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun arah pengaruh bertanda positif menunjukkan bahwa perputaran piutang yang tinggi cenderung meningkatkan rentabilitas, dan 2) variabel manajemen piutang yang diukur dengan umur rata-rata piutang tidak berpengaruh terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM), hal ini berarti umur rata-rata piutang tidak berperan secara langsung dalam upaya mendukung peningkatan rentabilitas pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun arah pengaruh bertanda positif menunjukkan bahwa umur rata-rata piutang yang tinggi cenderung meningkatkan rentabilitas.

Kata Kunci : Perputaran Piutang, Umur Rata-rata Piutang dan Net Profit Margin

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Piutang merupakan komponen aktiva lancar yang penting dalam aktivitas ekonomi suatu perusahaan karena merupakan aktiva lancar perusahaan yang paling besar setelah kas. Piutang timbul karena adanya penjualan barang atau jasa secara kredit, bisa juga melalui pemberian pinjaman. Adanya piutang menunjukkan terjadinya penjualan kredit yang dilakukan perusahaan sebagai salah satu upaya perusahaan dalam menarik minat beli konsumen untuk memenangkan persaingan. Kebijakan piutang yang efektif dan prosedur penagihan yang tepat waktu sangat penting untuk ditetapkan, sehingga dapat mengurangi risiko terganggunya likuiditas perusahaan akibat adanya piutang tak tertagih. Vermy, dkk (2013), kebijakan piutang yang baik adalah kebijakan piutang yang bisa mengoptimalkan trade-off keuntungan dan kerugian dari piutang.

Piutang merupakan bentuk penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana pembayarannya tidak dilakukan secara tunai, namun bersifat bertahap. Hubungan penjualan kredit dan piutang usaha dinyatakan sebagai perputaran piutang. Rasio ini dihitung dengan membandingkan antara penjualan kredit bersih dengan rata-rata piutang bersih (Kasmir, 2013). Perputaran piutang akan menentukan besar kecilnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan, sehingga hal ini akan mempengaruhi operasi perusahaan secara ekonomis serta mampu menunjang segala operasi perusahaan secara teratur. Menurut Kasmir (2013), perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Semakin

tinggi rasio ini menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah (bandingkan dengan rasio sebelumnya) dan tentunya kondisi ini baik bagi perusahaan, sebaliknya jika rasio ini semakin rendah berarti ada over investment dalam piutang.

Semakin cepat piutang berputar maka itu berarti perusahaan semakin cepat dan efisien dalam memutar aktivitya dan itu berarti pula bahwa kesempatan perusahaan memperoleh laba semakin besar. Walau bagaimanapun juga kebijakan penjualan secara kredit tidak dapat dipandang hanya dari satu sisi yakni untuk tujuan peningkatan laba melalui peningkatan penjualan. Secara teori yang dikemukakan oleh Riyanto (2011) menyimpulkan bahwa semakin besar jumlah piutang berarti semakin besar profitability-nya namun bersamaan dengan itu juga berarti semakin besar risiko yang mungkin terjadi atas likuiditasnya. Bertambahnya proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan, akan bertambah pula jumlah investasi dalam bentuk piutang yang akan juga mempertinggi risiko tidak terbayarnya piutang di masa yang akan datang. Hal ini terjadi karena penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, melainkan justru menimbulkan piutang langganan. Barulah kemudian pada hari jatuh tempo terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut (Riyanto, 2011).

Mengingat bahwa piutang merupakan suatu bentuk investasi yang cukup besar bagi perusahaan dan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, maka diperlukan adanya manajemen piutang yang lebih baik sehingga keuntungan-keuntungan yang didapatkan lebih meningkat. Selain itu piutang juga dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana atau

modal yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dan menghasilkan keuntungan atau laba yang besar bagi perusahaan. Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Jadi dengan rentabilitas bisa mengukur bagaimana manajemen dalam suatu perusahaan bekerja untuk menghasilkan laba sebesar mungkin, dimana laba tersebut didapatkan dari aktivitas yang telah dilakukan perusahaan.

Perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan kelompok perusahaan yang cukup besar dan berkembang pesat di Indonesia. Perusahaan Otomotif memiliki iklim persaingan yang sangat ketat, karena otomotive merupakan salah satu kebutuhan yang penting untuk mobilisasi dalam menjalankan kegiatan perekonomian. Disamping itu, perusahaan ini juga membutuhkan modal yang sangat besar dan kuat untuk mendukung finansial perusahaan, agar dapat bersaing dalam memberikan fasilitas jasa yang terbaik. Selain itu perusahaan juga melakukan penjualan secara kredit atas produknya. Berdasarkan uraian tersebut, maka masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah apakah manajemen piutang yang diterapkan oleh perusahaan berpengaruh terhadap pencapaian rentabilitas perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Piutang

Piutang tercipta pada saat perusahaan melakukan penjualan secara kredit. Senada dengan pendapat itu, menurut Sartono (2011) bahwa piutang timbul akibat dari transaksi penjualan kredit. Brigham dan Houston (2011),

piutang usaha (account receivable) adalah saldo yang diterima dari pelanggan. Menurut Hermawan (2013), piutang adalah hak menengih pemberi uang, jasa atau dana kepada penerima barang, jasa atau dana yang membentuk hubungan dimana pihak yang membentuk hubungan dimana pihak yang satu berutang dengan pihak yang lain.

Munawir (2010) memberikan keterangan bahwa posisi piutang dan taksiran waktu pengumpulannya dapat dinilai dengan menghitung tingkat perputaran piutang tersebut (receivable turn over), yaitu dengan membagi total penjualan kredit (netto) dengan piutang rata-rata. Menurut Warren, et. al (2008) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan piutang adalah semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan atau organisasi lainnya. Haryono (2013), pada umumnya piutang timbul karena adanya transaksi penjualan secara kredit. Jadi yang dimaksud dengan piutang adalah semua tuntutan atau tagihan kepada pihak lain dalam bentuk uang atau barang yang timbul dari adanya penjualan secara kredit.

Klasifikasi Piutang

Hery (2013), mengklasifikasikan piutang kedalam tiga kategori yaitu sebagai berikut:

1. Piutang Usaha

Piutang usaha timbul dari penjualan secara kredit agar dapat menjual lebih banyak produk atau jasa kepada pelanggan. Piutang usaha semacam ini normalnya diperkirakan akan tertagih dalam periode waktu yang relatif pendek, seperti 30 atau 60 hari.

2. Wesel Tagih

Wesel tagih adalah jumlah yang terutang bagi pelanggan di saat perusahaan telah menerbitkan surat utang formal. Wesel biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari 60 hari. Wesel

bisa digunakan untuk menyelesaikan piutang usaha pelanggan. Bila wesel tagih dan piutang usaha berasal dari transaksi penjualan maka hal itu kadang-kadang disebut piutang dagang (trade receivable).

3. Piutang lain-lain

Piutang lain-lain biasanya disajikan secara terpisah dalam neraca. Jika piutang ini diharapkan akan tertagih dalam satu tahun, maka piutang tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Jika penagihannya lebih dari satu tahun maka piutang ini diklasifikasikan sebagai aktiva tidak lancar. Piutang lain-lain (other receivable) meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat atau karyawan perusahaan.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Piutang

Dalam penjualan kredit, perusahaan tidak segera menerima kas, melainkan timbul uang dagang dan baru kemudian saatnya jatuh tempo akan terjadi aliran kas masuk (cash flow) yang berasal dari pengumpulan piutang. Besar kecilnya piutang dipengaruhi oleh beberapa faktor, Horne dan Wachowicz (2012) sebagai berikut :

1. Modal Kerja

Modal kerja yang terikat dalam piutang dagang dalam jangka waktu yang panjang, akan menyebabkan perputarannya terhambat. Sehingga perusahaan membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan dana dalam melakukan operasinya. Besarnya dana tergantung dari berapa lama dana itu terikat dalam piutang. Oleh karena itu perusahaan yang terbatas pendanaannya, harus memperhatikan dalam pemberian kredit pada pelanggannya.

2. Syarat-syarat Pembayaran Kredit

Tanggung jawab dalam pemberian kredit terletak pada manajer kredit. Agar kredit yang diberikan kepada pelanggan dapat lancar pelunasannya, maka syarat-syarat pembayaran kredit harus jelas

dengan periode pelunasan yang sudah tertentu

3. Volume Penjualan Kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang dan makin besar jumlah piutang berarti semakin besar pula risikonya, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar rentabilitasnya

4. 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 rentabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat atau sudah jatuh tempo.

5. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Begitu pula sebaliknya.

6. Kebijakan dalam Mengumpulkan Piutang

Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif, maka perusahaan harus mengeluarkan uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang, tetapi dengan menggunakan cara ini, maka piutang yang ada akan lebih cepat tertagih, sehingga akan lebih memperkecil jumlah piutang perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan menggunakan kebijakan secara pasif, maka pengumpulan piutang akan lebih

lama, sehingga jumlah piutang perusahaan akan lebih besar.

7. Kebiasaan Membayar Dari Para Langganan

Kebiasaan para langganan untuk membayar dalam periode cash discount akan mengakibatkan jumlah piutang lebih kecil, sedangkan langganan membayar periode setelah Cash Discount akan mengakibatkan jumlah piutang lebih besar karena jumlah dana yang tertanam dalam piutang lebih lama untuk menjadi kas.

Biaya Atas Piutang

Biaya atas piutang Sebagaimana halnya dengan kegiatan operasi perusahaan, penerapan kebijakan kredit juga juga dapat menimbulkan biaya. Menurut Gitosudarmo, dkk (2012) dengan dilaksanakannya penjualan secara kredit yang kemudian menimbulkan piutang maka perusahaan sebenarnya tidak terlepas dari penanggungan risiko berupa biaya. Biaya yang timbul akibat adanya piutang adalah:

1. Biaya penghapusan piutang, Biaya penghapusan piutang atau piutang ragu-ragu (bad debt) risiko terhadap tidak tertagihnya sejumlah tertentu dari piutang akan dimasukkan sebagai biaya piutang ragu-ragu yang nantinya akan diadakan penghapusan piutang. Oleh karena itu perlu diperhitungkan pada setiap periode.
2. Biaya pengumpulan piutang, Dengan adanya piutang maka timbul kegiatan penagihan piutang yang akan mengeluarkan biaya yang disebut sebagai biaya pengumpulan piutang.
3. Biaya administrasi, Terhadap piutang diperlukan kegiatan administrasi yang akan mengeluarkan biaya.
4. Biaya sumber dana, Dengan terjadinya piutang maka diperlukan dana dari dalam maupun dari luar perusahaan untuk menjaganya. Dana

tersebut diperlukan biaya untuk sumber dana.

Kebijakan Kredit

Brigham dan Houston (2011), kebijakan kredit (credit policy) merupakan sekumpulan aturan yang meliputi periode kredit, diskon, standar kredit, dan prosedur penagihan perusahaan yang ditawarkan. Kebijakan kredit terdiri atas empat variabel, yaitu:

1. Periode kredit (credit period) adalah lamanya waktu yang diberikan kepada pembeli untuk membayar pembeliannya. Misalnya, kebijakan kredit mungkin lamanya 30 hari. Pelanggan lebih menyukai periode kredit yang lebih panjang, sehingga memperpanjang periode akan merangsang penjualan.
2. Diskon (discounts) adalah pengurangan harga yang diberikan untuk pembayaran lebih awal. Diskon menyebutkan persentase pengurangan dan seberapa cepat pembayaran harus dilakukan agar berhak untuk mendapatkan diskon. Misalnya, diskon sebesar 2 persen mungkin akan diberikan jika pelanggan melakukan pembayaran dalam waktu 10 hari.
3. Standar kredit (credit standards) mengacu pada kemampuan keuangan yang diminta dari pelanggan kredit yang layak untuk diterima. Faktor-faktor yang dipertimbangkan di sini adalah rasio-rasio seperti rasio utang dan rasio cakupan bunga pelanggan, riwayat kredit, dan sejenisnya.
4. Kebijakan penagihan (collection policy) mengacu pada prosedur yang digunakan untuk menagih rekening-rekening yang telah lewat waktu jatuh temponya, termasuk penggunaan pemaksaan atau kelonggaran yang digunakan di dalam proses.

Prinsip-prinsip Pemberian Kredit

Piutang secara tidak langsung memiliki tingkat risiko (degree of risk) tertentu. Risiko tersebut dapat diminimalisir dengan memberi syarat-syarat khusus yang dikenal dengan sebutan 5C. Menurut Jumingan (2011) 5C tersebut yaitu:

1. Character, Manajemen piutang perusahaan mencari tentang sifat-sifat pribadi, watak dan kejujuran dari pimpinan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya.
2. Capacity, Dalam hal ini menyangkut kemampuan pimpinan perusahaan beserta stafnya baik kemampuan dalam manajemen maupun keahlian dalam bidang usahanya.
3. Capital, Hal ini menunjukkan posisi finansial perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh rasio finansialnya dan penekanan pada komposisi tangiblenetworth-nya. Manajemen piutang perusahaan harus mengetahui bagaimana perimbangan antara jumlah utang dan jumlah modal sendiri
4. Collateral, Jaminan atau collateral ini menunjukkan besarnya aktiva yang akan diikatkan sebagai jaminan atas kredit yang telah diberikan.
5. Conditions, Manajemen piutang perusahaan harus melihat kondisi ekonomi secara umum serta kondisi pada sektor usaha kreditur.

Rasio Keuangan

Subramanyam dan Wild (2013), analisis rasio merupakan salah satu alat analisis yang paling populer dan banyak digunakan. Namun, perannya sering disalahpahami dan sebagai konsekuensinya, kepentingannya sering dilebih-lebihkan. Sebuah rasio menyatakan hubungan antara dua kuantitas. Terdapat dua cara utama untuk

menganalisis laporan keuangan yaitu dengan analisis horizontal yang menyediakan perbandingan kinerja perusahaan dari tahun ke tahun dalam periode yang berbeda. Dan teknik lainnya, yaitu analisis vertical, yang merupakan cara standar untuk membandingkan perusahaan yang berbeda (Hornrgren dan Harrison, 2009). perusahaan yang ingin melakukan analisis rasio, tidak harus menggunakan semua metode yang ada, melainkan cukup menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan bidang usaha perusahaan tersebut.

1. Rasio Likuiditas

Horne dan Wachowicz (2012), rasio likuiditas (liquidity ratio) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi liabilitas jangka pendeknya. Rasio ini membandingkan liabilitas jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek (atau lancar) yang tersedia untuk memenuhi liabilitas tersebut. Rasio lancar (current ratio) dan rasio cepat (quick ratio) merupakan bagian dari rasio likuiditas. Semakin tinggi rasio likuiditas, maka akan semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar berbagai tagihannya

2. Rasio Leverage

Horne dan Wachowicz (2012), rasio leverage merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed cost asset or funds) untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi pemilik perusahaan. Tingkat leverage yang besar mengandung arti bahwa tingkat ketidakpastian (uncertainty) dari return yang akan diperoleh akan semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut juga akan memperbesar jumlah return yang akan diperoleh. Semakin

tinggi tingkat leverage akan semakin tinggi tingkat resiko yang di hadapi serta semakin besar tingkat return yang diharapkan. Risiko (risk) disini dimaksudkan dengan ketidakpastian (uncertainty) dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban tetapnya (fixed payment obligation).

3. Rasio Aktivitas

Horne dan Wachowicz (2012), rasio aktivitas yaitu rasio yang mengukur bagaimana perusahaan menggunakan asetnya. Rasio aktivitas (activity ratio) juga disebut sebagai ratio efisiensi atau perputaran. Dalam rasio ini lebih memfokuskan pada seberapa efektif perusahaan mengelola dua kelompok aset tertentu (piutang dan persediaan) serta total asetnya secara umum. Sehingga dapat meramalkan posisi keuangan dalam aktivitas piutang, aktivitas utang, aktivitas persediaan, serta perputaran total aset (atau modal). Hasil perhitungan dari rasio aktivitas ini sangatlah bermanfaat bagi perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

4. Rasio Rentabilitas

Horne dan Wachowicz (2012), rasio rentabilitas yaitu rasio yang menghubungkan laba dengan penjualan dan investasi. Rasio rentabilitas (profitability ratio) terdiri atas dua jenis-rasio yang menunjukkan rentabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan rentabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Bersama-sama, rasio-rasio ini akan menunjukkan efektivitas operasional keseluruhan perusahaan.

Hubungan Manajemen Piutang dengan Rentabilitas

Salah satu masalah yang dihadapi adalah persaingan di dalam memasarkan produk, untuk dapat mengatasi masalah

tersebut maka perusahaan harus berdaya upaya untuk merebut pasar melalui berbagai kebijakan untuk meningkatkan penjualan (Naibaho dan Rahayu, 2014). Penerapan sistem penjualan secara kredit yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu usaha perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan apa yang disebut dengan piutang. Piutang timbul ketika perusahaan menjual barang dan jasa secara kredit. Piutang meliputi semua tagihan dalam bentuk utang kepada perorangan badan usaha atau pihak tertagih lainnya. Menurut Wiagustini (2010), menyatakan semakin besar piutang semakin besar pula kebutuhan dana yang ditanamkan pada piutang. Dan semakin besar piutang semakin besar pula resiko yang timbul, disamping akan memperbesar rentabilitas.

Piutang timbul karena adanya pemberian pinjaman yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan piutang dan diusahakan bahwa kenaikan pemberian pinjaman tersebut akan mempengaruhi rentabilitas serta biaya usaha yang lebih kecil. Disini nampak hubungan antara manajemen piutang dengan rentabilitas. Tetapi dengan seluruh modal yang tertanam dalam piutang berarti bahwa tambahan penghasilan bersih yang diperoleh dari pemberian pinjaman tidak cukup untuk mengimbangi turunnya likuiditas dan naiknya ongkos penagihan jumlah piutang yang tidak dapat ditagih (Rahmawati, 2009). Piutang yang terlalu sedikit dapat berarti bahwa manajemen tidak mempergunakan kesempatan untuk menambah penghasilan lebih besar.

METODE PENELITIAN

Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam desain penelitian Kausal yang digunakan untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Umar, 2008). Desain ini juga berguna pada penelitian yang bersifat ex-post-facto yang mencoba mencari hubungan atau sebab akibat dari variabel-variabel yang datanya telah terjadi sebelumnya. Jenis penelitian ini adalah Uji Hipotesis, Sugiyono (2013) hipotesis merupakan sebuah dugaan dan sering digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013 sampai tahun 2015 berjumlah 13 perusahaan. Sugiyono (2013), metode penarikan sampel yang di gunakan adalah purposive sampling yaitu merupakan tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya di peroleh dengan menggunakan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan pooling data dan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah 11 perusahaan dengan 33 observasi.

Metode Pengumpulan Data

Peneliti melakukan studi dokumentasi terhadap laporan keuangan perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun mulai tahun 2013 sampai tahun 2015 yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia dan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan sesuai kebutuhan penelitian ini, khususnya data-data untuk diformulasikan ke dalam

model analisis, yaitu manajemen piutang yang diukur dengan perputaran piutang dan umur rata-rata piutang serta rentabilitas yang diukur dengan net profit margin.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif time series (runtut waktu) berupa laporan keuangan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini selama 3 tahun yaitu tahun 2013 sampai tahun 2015. Data untuk penelitian ini bersumber dari Indonesian Capital Market Directory (ICMD) dan daftar perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia akan diperoleh dari Indonesia Stock Exchange (IDX) Fact Book.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen piutang yang diukur dengan perputaran piutang dan umur rata-rata piutang terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (Sugiyono, 2013). Kemudian hipotesis diuji dengan menggunakan uji sebagai berikut:

1. Uji Simultan (F test)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah varaibel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat significance level $0,05 \alpha = 0,05$. Ghozali (2011), penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Bila nilai $F < 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti koefisien regresi signifikan, artinya terdapat pengaruh yang signifikan

- antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai $F > 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Parsial (t test)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan significance level $0,05$ ($\alpha=0,05$). Ghozali (2011), penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Bila nilai signifikansi $t < 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai signifikansi $t > 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Tetapi, karena R^2 mengandung kelemahan mendasar dimana adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Oleh karena itu, pada penelitian ini yang digunakan adalah adjusted R^2 berkisar antara nol dan satu. Nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Nilai adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Definisi operasional dan pengukuran dari masing-masing variabel penelitian adalah:

1. Perputaran piutang (receivable turn over) adalah waktu penerimaan piutang dari suatu perusahaan selama periode tertentu. Perputaran piutang menunjukkan berapa kali piutang yang timbul sampai piutang tersebut dapat tertagih kembali ke dalam kas perusahaan, Munawir (2010) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit Bersih}}{\text{Piutang Rata - rata}} \text{ Kali}$$

2. Umur rata-rata piutang (average collection period) bertujuan untuk mengetahui rata-rata hari yang diperlukan untuk mengumpulkan

piutang dan mengubahnya menjadi kas perusahaan, Munawir (2010) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Umur Rata – rata Piutang} = \frac{365}{\text{Perputaran Piutang}} \text{ Hari}$$

3. Net profit margin (NPM) yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan setiap rupiah penjualan menghasilkan laba bersih yang diperoleh dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan, Munawir (2010) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Perputaran Piutang

Perputaran piutang pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu periode tahun 2013 sampai tahun 2015 mengalami perkembangan yang berfluktuasi. Rata-rata perputaran piutang yang paling tinggi untuk 11 perusahaan terlihat pada tahun 2015 yaitu sebanyak 1,43 kali. Sedangkan rata-rata perputaran piutang yang paling rendah untuk 11 perusahaan terlihat pada tahun 2014 yaitu sebanyak 1,03 kali. Selama periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 rata-rata perputaran piutang yang paling tinggi dicapai oleh PT. Nipress, Tbk (NIPS) yaitu dengan rata-rata sebanyak 1,45 kali. Sedangkan rata-rata perputaran piutang yang paling rendah dicapai oleh PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk (LPIN) yaitu dengan rata-rata sebanyak 1,01 kali.

Tahun 2013, PT. Astra International, Tbk (ASII) memiliki perputaran piutang paling tinggi yaitu sebanyak 2 kali. Sedangkan PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk (LPIN) memiliki perputaran piutang yang paling rendah yaitu sebanyak 0,93 kali. Untuk tahun 2014, PT. Prima Alloy Steel, Tbk

(PRAS) memiliki perputaran piutang paling tinggi yaitu sebanyak 1,15 kali. Sedangkan PT. Indomobil Sukses Internasional, Tbk (IMAS) memiliki perputaran piutang yang paling rendah yaitu sebanyak 0,74 kali. Untuk tahun 2015, PT. Nipress, Tbk (NIPS) memiliki perputaran piutang paling tinggi yaitu sebanyak 2 kali. Sedangkan PT. Indospring, Tbk (INDS) memiliki perputaran piutang yang paling rendah yaitu sebanyak 0,96 kali.

Analisis Umur Rata-rata Piutang

Umur rata-rata piutang pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu periode tahun 2013 sampai tahun 2015 mengalami perkembangan yang berfluktuasi. Umur rata-rata piutang yang paling cepat untuk 11 perusahaan terlihat pada tahun 2015 yaitu selama 284,10 hari. Sedangkan umur rata-rata piutang yang paling lambat untuk 11 perusahaan terlihat pada tahun 2014 yaitu selama 360,39 hari. Selama periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2015, umur rata-rata piutang yang paling cepat dicapai oleh PT. Astra International, Tbk (ASII) yaitu dengan rata-rata selama 268,22 hari. Sedangkan umur rata-rata piutang yang paling lambat dicapai oleh PT. Indomobil

Sukses Internasional, Tbk (IMAS) yaitu dengan rata-rata selama 365,03 hari.

Tahun 2013, PT. Astra International, Tbk (ASII) memiliki jangka waktu pengumpulan piutang paling cepat yaitu selama 182,50 hari. Sedangkan PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk (LPIN) memiliki jangka waktu pengumpulan piutang yang paling lambat yaitu selama 392,97 hari. Untuk tahun 2014, PT. Prima Alloy Steel, Tbk (PRAS) memiliki jangka waktu pengumpulan piutang paling cepat yaitu selama 318,07 hari. Sedangkan PT. Indomobil Sukses Internasional, Tbk (IMAS) memiliki jangka waktu pengumpulan piutang yang paling lambat yaitu selama 493,44 hari. Untuk tahun 2015, PT. Nipress, Tbk (NIPS) memiliki jangka waktu pengumpulan piutang paling cepat yaitu selama 182,68 hari. Sedangkan PT. Indospring, Tbk (INDS) memiliki jangka waktu pengumpulan piutang yang paling lambat yaitu selama 381,35 hari.

Analisis Net Profit Margin

Net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu periode tahun 2013 sampai tahun 2015 mengalami perkembangan yang berfluktuasi. Rata-rata NPM yang paling tinggi untuk 11 perusahaan terlihat pada tahun 2013 yaitu sebesar 5,71%. Sedangkan rata-rata NPM yang paling rendah untuk 11 perusahaan terlihat pada tahun 2015 yaitu sebesar 4,48%. Selama periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 rata-rata NPM yang paling tinggi dicapai oleh PT. Astra Internasional, Tbk (ASII) yaitu dengan rata-rata sebesar 10,47%. Sedangkan rata-rata NPM yang paling rendah dicapai oleh PT. Gajah Tunggal, Tbk (GJTL) yaitu dengan rata-rata 1,55%. Tahun 2013, PT. Astra Internasional, Tbk (ASII) memiliki NPM paling tinggi yaitu

sebesar 11,50%. Sedangkan PT. Gajah Tunggal, Tbk (GJTL) memiliki NPM yang paling rendah yaitu sebesar 0,97%. Untuk tahun 2014, PT. Astra Internasional, Tbk (ASII) memiliki NPM paling tinggi yaitu sebesar 10,97%. Sedangkan PT. Multisrada Arah Sarana, Tbk (MASA) memiliki NPM yang paling rendah yaitu sebesar 0,17%. Untuk tahun 2015, PT. Astra Internasional, Tbk (ASII) memiliki NPM paling tinggi yaitu sebesar 8,93%. Sedangkan PT. Indomobil Sukses Internasional, Tbk (IMAS) memiliki NPM yang paling rendah yaitu sebesar 0,05%.

Persamaan Regresi

Berdasarkan nilai B unstandardized coefficients diketahui bahwa masing-masing variabel dapat dimasukkan ke dalam model regresi berganda yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. $b_0 = -6,260$ merupakan bilangan konstan yang menunjukkan bahwa rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM) tidak ditentukan oleh variabel perputaran piutang dan umur rata-rata piutang.
2. $b_1 = 3,629$ menunjukkan bahwa apabila perputaran piutang dinaikkan sebanyak 1 kali maka net profit margin (NPM) akan mengalami peningkatan sebanyak 3,629 kali.
3. $b_2 = 0,022$ menunjukkan bahwa apabila umur rata-rata piutang dinaikkan sebanyak 1 hari maka net profit margin (NPM) akan mengalami peningkatan sebanyak 22 hari.

Hasil persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan arah pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu manajemen piutang yang diukur dengan perputaran piutang dan umur rata-rata piutang terhadap variabel terikat yaitu rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM) yang ditunjukkan oleh masing-masing koefisien variabel bebasnya.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji-F)

Nilai F ratio yang diperoleh adalah 0,385 dengan nilai signifikan = 0,684 > 0,05 ($\alpha=5\%$) ini berarti bahwa variabel perputaran piutang dan umur rata-rata piutang secara bersama-sama berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

2. Uji Partial (Uji-t)

Secara parsial, semua variable analisis memiliki nilai yang positif dan memiliki nilai probabilita yang berbeda-beda.

- a. Variabel perputaran piutang (X1) dengan nilai t hitung sebesar 0,597 dengan tingkat signifikan 0,555 ($\text{sig}>0,05$) berarti terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara perputaran piutang terhadap net profit margin (NPM).
- b. Variabel umur rata-rata piutang (X2) dengan nilai t hitung sebesar 0,740 dengan tingkat signifikan 0,465 ($\text{sig}>0,05$) berarti terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara umur rata-rata piutang terhadap net profit margin (NPM)

3. Uji Koefisien Determinasi (Uji-R2)

Nilai $R^2 = 0,025$. Ini berarti, pengaruh variable X (perputaran piutang dan umur rata-rata piutang) terhadap variable Y (net profit margin/NPM) sebesar 2,5% dan pengaruh variable lainnya sebesar 97,5% yang tidak dimasukkan dalam model.

Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan hasil penelitian, pada bagian ini akan dijelaskan hasil pengujian untuk masing-masing hipotesis penelitian, yaitu:

Pengaruh Perputaran Piutang terhadap Net Profit Margin (NPM)

Pengaruh variabel perputaran piutang terhadap net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menunjukkan adanya arah pengaruh yang positif namun tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa variabel manajemen piutang yang diukur dengan perputaran piutang tidak berpengaruh terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM). Secara statistik variabel perputaran piutang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu tahun 2013 sampai tahun 2015. Hal ini berarti perputaran piutang tidak berperan secara langsung dalam upaya mendukung peningkatan rentabilitas pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun arah pengaruh bertanda positif menunjukkan bahwa perputaran piutang yang tinggi cenderung meningkatkan rentabilitas.

Perputaran piutang pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu tahun 2013 sampai tahun 2015 rata-rata 1,22 kali, artinya perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hanya berhasil mengubah piutang menjadi kas sebanyak 1,22 kali, hal ini terjadi karena jika kita membandingkan antara penjualan dengan rata-rata piutang, dapat diketahui bahwa rata-rata piutang cukup besar yang merupakan indikasi banyaknya piutang yang tak tertagih hal ini dikarenakan pembayaran yang dilakukan kreditur melewati waktu jatuh tempo dan kurangnya usaha perusahaan untuk mengumpulkan piutang yang dapat berpotensi mengalami kredit macet.

Hal ini juga disebabkan turunnya piutang dan diikuti turunnya penjualan, Naiknya penjualan diikuti oleh naiknya piutang. Untuk lebih meningkatkan perputaran piutang sebaiknya perusahaan meningkatkan penjualan dan lebih selektif dalam mengevaluasi calon pelanggan dalam rangka untuk memperkecil resiko pada piutang. Hal ini berarti perputaran piutang perusahaan Otomotif dan Komponen selama 3 tahun yaitu tahun 2013 sampai tahun 2015 termasuk kategori sangat rendah, karena ukuran seberapa sering piutang berubah menjadi kas dalam setahun adalah dimana piutang harus berputar sedikitnya diatas 12 kali dalam setahun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suarnami, dkk (2014) yang menemukan bahwa perputaran piutang secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Riyanto (2011), yaitu apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran 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". Temuan ini konsisten dengan hasil temuan empirik dari Widowati (2007) yang menyatakan bahwa perputaran piutang secara signifikan tidak berpengaruh terhadap variabel dependent (ROI). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan studi empirik yang dilakukan oleh Bramasto (2010) yang menyatakan bahwa perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan profitabilitas pada PT POS Indonesia.

Pengaruh Umur Rata-rata Piutang terhadap Net Profit Margin (NPM)

Pengaruh variabel umur rata-rata piutang terhadap net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menunjukkan adanya arah pengaruh yang positif namun tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa variabel manajemen piutang yang diukur dengan umur rata-rata piutang tidak berpengaruh terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM). Secara statistik variabel umur rata-rata piutang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu tahun 2013 sampai tahun 2015. Hal ini berarti umur rata-rata piutang tidak berperan secara langsung dalam upaya mendukung peningkatan rentabilitas pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun arah pengaruh bertanda positif menunjukkan bahwa umur rata-rata piutang yang tinggi cenderung meningkatkan rentabilitas.

Umur rata-rata piutang pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu tahun 2013 sampai tahun 2015 rata-rata 319,43 hari, artinya jangka waktu yang dibutuhkan bagi perusahaan Otomotif dan Komponen untuk mengumpulkan piutang menjadi kas selama 319,43 hari hal ini berarti semakin lama jangka waktu piutang usaha, risiko tidak tertagihnya piutang semakin besar dan bila semakin singkat waktu pengumpulan maka risiko tidak tertagihnya semakin kecil. Tapi bila jumlah hari rata-rata piutang dikaitkan dengan kebijakan jangka waktu pembayaran yang diterapkan perusahaan, jumlah hari rata-rata pengumpulan piutang tersebut belum efisien karena pada kebijakan jangka waktu pembayaran

yang diterapkan perusahaan adalah 30 hari, sedangkan pada analisis jumlah hari rata-rata pengumpulan piutang yang paling baik yaitu 100 hari. Untuk lebih meminimalisir waktu penagihan piutang perusahaan agar lebih meningkatkan dan mempertimbangkan lagi kebijakan kredit yang akan diberikan yaitu dalam hal pemberian pelonggaran jangka waktu kredit dan potongan pembayaran.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suarnami, dkk (2014) yang menemukan bahwa umur rata-rata piutang secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini mendukung teori yang dinyatakan oleh Munawir (2010) yang menyatakan bahwa semakin besar *days receivable* suatu perusahaan semakin besar pula risiko kemungkinan tidak tertagihnya piutang, dan jika perusahaan tidak membuat cadangan terhadap kerugiannya berarti perusahaan telah memperhitungkan labanya terlalu besar. Syamsuddin (2009) menyatakan “peningkatan rata-rata pengumpulan piutang akan membawa pengaruh yang negatif bagi keuntungan perusahaan”. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil studi empirik yang dilakukan oleh Handono (2011) yang memperoleh temuan bahwa periode pengumpulan piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Manajemen piutang yang diukur dengan variabel perputaran piutang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal ini berarti perputaran piutang tidak berperan secara langsung

dalam upaya mendukung peningkatan rentabilitas pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Manajemen piutang yang diukur dengan variabel umur rata-rata piutang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap rentabilitas yang diukur dengan net profit margin (NPM) pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal ini berarti umur rata-rata piutang tidak berperan secara langsung dalam upaya mendukung peningkatan rentabilitas pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Saran

Untuk lebih meningkatkan perputaran piutang sebaiknya perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia meningkatkan penjualan dan lebih selektif dalam mengevaluasi calon pelanggan dalam rangka memperkecil risiko pada piutang. Sebaiknya perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia lebih meningkatkan dan mempertimbangkan lagi kebijakan kredit yang akan diberikan yaitu dalam hal pemberian kelonggaran jangka waktu kredit dan potongan pembayaran.

Kebijakan pengumpulan piutang pada perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia harus ditingkatkan lagi dalam hal pelaksanaan penagihan piutang, agar dapat memperkecil risiko piutang tidak tertagih sehingga dapat meminimalisir biaya tambahan untuk menagih piutang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bramasto. 2010. Analisa Perputaran Aktiva Tetap dan Perputran Piutang Kaitannya Terhadap Return On Assets Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung. Majalah Ilmiah UNIKOM. Vol.9 No.2. Universitas Langlangbuana.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F.Houston. 2011. Essentials of Financial Management: Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Ed.11 Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Balai Pustaka. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosudarmo, Indryo. 2012. Manajemen Keuangan, Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Handono, Tito Hari. 2011. Analisis Pengaruh Periode Pengumpulan Piutang dan Periode Penangguhan Pembayaran Utang Terhadap Profitabilitas Pada Koperasi di Kabupaten Ngawi. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Haryono Jusup. 2013. Dasar-dasar Akuntansi. Jilid Kedua. STIE: Yogyakarta
- Hermawan, Sigit. 2013. Akuntansi Perusahaan Manufaktur. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hery. 2013. Akuntansi Keuangan Menengah 1. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Horngren, Charles T. and Herrison Jr, Walter T. 2009. Akuntansi. Diterjemahkan oleh: Gina Gania dan Danti Pujianti. Jilid 2–Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Horne, Van dan Wachowicz. 2012. Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan. Salemba Empat. Jakarta
- Jumingan. 2011. Analisis Laporan Keuangan.PT. Bumi Aksara. Jakarta.

- Kasmir, 2013, Analisis Laporan Keuangan, Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Munawir. 2010. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ke-4. Liberty. Yogyakarta.
- Naibaho, Erik Pebrin dan Rahayu Sri. 2014. Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2012). Jurnal Eproc. Universitas Telkom.
- Riyanto, Bambang. 2011. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Sartono. 2011. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi, Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Suarnami, Luh Komang, I Wayan Suwendra, Wayan Cipta. 2014. Pengaruh Perputaran Piutang Dan Periode Pengumpulan Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pembiayaan. e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.2. Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja, Indonesia.
- Subramanyam, K.R. and Wild, John J. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Diterjemahkan oleh: Dewi Yanti. Edisi 10–Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Syamsuddin, Lukman. 2009. Manajemen Keuangan Perusahaan. Rajawali. Jakarta.
- Umar, Husein. 2008. Metode Riset Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Vermy, Enryco. Irwansyah dan Diyanti Ferry. 2013. Analisis Tingkat Efisiensi Pengumpulan Piutang Pada CV. Hesta Abadi Jaya Di Samarinda. Artikel Ilmiah. Fakultas Ekonomi. Universitas Mulawarman.

Warren & Reeve. 2008. Pengantar Akuntansi, Buku Satu, Edisi Kedua Puluh Satu. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Wiagustini, Nih Luh Putu. 2010. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Udayana University Press. Denpasar.

Widowati, Siska. 2007. Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sang Hyang Seri (Persero) Wilayah II Malang. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.