

II . LANDASAN TEORI

1. PENGERTIAN PIUTANG

Dalam rangka untuk memperbesar volume penjualan, kebanyakan perusahaan-perusahaan dagang pada masa sekarang ini menjual barang dagangannya secara kredit sehingga menimbulkan piutang. Piutang merupakan salah satu bagian dari aktiva lancar yang masih memerlukan proses penagihan untuk menjadi uang tunai.

Pengertian piutang menurut Bambang Riyanto adalah:

"Penjualan kredit ini tidak segera menghasilkan penerimaan kas pada saat terjadinya penjualan, tetapi menimbulkan piutang pelanggan dan barulah kemudian pada hari jatuh temponya terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut" (1985:85)

Pengertian piutang menurut Indriyo adalah :

"Piutang itu merupakan aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya kebijaksanaan penjualan kredit" (1994:83).

Kebijaksanaan penjualan kredit ini merupakan kebijaksanaan yang biasanya dilakukan dalam dunia bisnis untuk merangsang minat para pelanggan. Jadi kebijaksanaan ini dilaksanakan untuk memperoleh pasar

dan memperbesar hasil penjualan.

Pengertian piutang menurut Alex S Nitisemito adalah :

"Piutang mempunyai arti penting yaitu bagi barang-barang industri pada umumnya untuk dapat memperlancar penjualannya maka perusahaan perlu memberikan piutang, sehingga bagi suatu perusahaan dapat diumpamakan minyak pelumas untuk sebuah mesin." (1978:33)

Pengertian piutang menurut Zaki Baridwan adalah:

"Piutang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan ditagih pembayarannya jika sampai pada waktunya" (1990:136)

Kesimpulan piutang : piutang adalah bagian dari aktiva lancar perusahaan yang timbul sebagai akibat dilaksanakannya kebijaksanaan penjualan kredit oleh perusahaan untuk merangsang minat para pelanggan. Dimana perusahaan memberikan jangka waktu yang pantas pada langganannya untuk melakukan pembayaran dari barang yang diterima. Dengan cara ini berarti perusahaan berusaha merebut pasar dan pesaing-pesaingnya.

2. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BESARNYA INVESTASI DALAM PIUTANG PERUSAHAAN.

Menurut Bambang Riyanto adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang adalah sebagai berikut : (1995:85)

a. 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. Makin besar jumlah piutang berarti makin besar pula resikonya, tetapi dengan itu juga memperbesar profitabilitasnya.

b. Syarat pembayaran penjualan kredit

Syarat pembayaran kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas yang berarti mempunyai investasi yang kecil. Bila syarat pembayaran lunak mempunyai jangka waktu pembayaran yang panjang dan merupakan suatu investasi yang besar tetapi mempunyai tingkat resiko yang tinggi. Syarat pembayaran penjualan kredit biasanya dinyatakan dengan term tertentu misalnya: 2/10 net 30 berarti apabila pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari sesudah waktu penyerahan barang, si pembeli akan mendapat potongan tunai (cash discount) sebesar 2% dari harga penjualan. Dan jika potongan tunai tersebut tidak dimanfaatkan maka pembayaran harus dilakukan selambat-lambatnya dalam waktu 30 hari. Makin panjang batas

waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.

c. Ketentuan tentang pembayaran kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para pelanggannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan. Demikian pula ketentuan mengenai seleksi para pelanggan yang dapat diberi kredit sehingga dapat memperkecil jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian maka pembatasan kredit ini dapat bersifat baik kualitatif maupun kuantitatif.

d. Kebijakan dalam pengumpulan piutang

Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bilamana sudah jatuh tempo. Bilamana pelanggan tidak dapat membayar tepat pada waktunya maka sebaiknya perusahaan menunggu sampai suatu jangka waktu tertentu yang dianggap wajar sebelum menerapkan prosedur-prosedur pengumpulan piutang yang sudah ditetapkan. Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif dan pasif. Bila pengumpulan piutang secara aktif akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas



pengumpulan piutang tersebut daripada pengumpulan piutang secara pasif.

e. Kebiasaan membayar dari para pelanggan

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut.

3. USAHA-USAHA UNTUK MEMPERKECIL RESIKO PIUTANG

Guna memperkecil atau menghindari resiko piutang yang tak tertagih atau pembayaran yang lewat batas waktu atau tertunda maka usaha perusahaan untuk mengatasinya dengan melakukan :

1. Seleksi terhadap para pelanggan

Seleksi terhadap para calon pembeli tersebut merupakan kegiatan yang sangat penting karena apabila perusahaan dapat menentukan dengan tepat pembeli mana yang akan diberi kredit dan mana yang sebaiknya ditolak, maka perusahaan bisa meminimumkan piutang yang tidak terbayar. Untuk usaha-usaha penilaian calon pelanggan ini perlu diperhatikan pedoman yang biasa dikenal dengan 5C.

Pedoman 5C menurut Drs S Munawir yaitu : (1995:235)

a. Character (kepribadian)

Hal ini menyangkut sifat-sifat pribadi, watak

dan kejujuran dari calon debitur dalam memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya. Pola-pola pembayaran hutang pada masa lalu dapat dijadikan pedoman yang sangat berguna dalam menilai karakter seorang calon pelanggan.

b. Capacity (kemampuan)

Hal ini menyangkut kemampuan pemimpin perusahaan beserta stafnya, baik kemampuan dalam manajemen maupun keahlian dalam mengolah bidang usahanya. Kemampuan ini diukur dengan menggunakan data-data finansial diwaktu-waktu yang lalu.

c. Capital (modal)

Hal ini menunjukkan posisi finansial perusahaan (calon debitur) secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh rasio finansialnya dan terutama pada komposisi tangible net worth perusahaan.

d. Collateral (jaminan)

Merupakan besarnya aktiva yang akan dijadikan sebagai jaminan atas kredit yang akan diberikan.

e. Condition (kondisi)

Kreditur harus menilai seberapa jauh pengaruh-pengaruh dari adanya suatu trend perekonomian terhadap prospek perusahaan pemohon kredit khususnya dan prospek industri dimana perusahaan pemohon kredit termasuk didalamnya pada umumnya. Penilaian kredit 5C merupakan faktor-faktor yang

harus dipertimbangkan dalam menilai resiko kredit. Informasi tentang faktor tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk pengalaman menjalin hubungan dengan pelanggan dimasa lampau.

2. Analisis umur rata-rata piutang atau periode rata-rata pengumpulan piutang

Analisis umur rata-rata piutang dikenal juga dengan periode rata-rata pengumpulan piutang adalah merupakan suatu alat yang sangat penting didalam menilai kebijaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang. Analisis umur rata-rata piutang memperlihatkan volume dan prosentase piutang yang belum tertagih pada berbagai periode. Menganalisa umur rata-rata piutang memberikan keuntungan bagi manajemen untuk mengontrol likuiditas individual secara lebih teliti. Kemudian mendapatkan penilaian yang digunakan sebagai dasar dalam mengambil tindakan. Analisa umur piutang dilakukan secara berkala biasanya tiap akhir bulan. Di sini saldo piutang akhir atau jumlah piutang tiap pelanggan dibandingkan dengan penjualan kredit dikali dengan jumlah hari dalam suatu periode. Kemudaiian dari sini akan diketahui keterlambatan dalam pembayaran piutang dari jangka waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

a. Menghitung umur rata-rata piutang pertahun.

Piutang x 360

Umur rata-rata piutang = -----

Penjualan Kredit

- b. Menghitung umur rata-rata piutang persemester, per periode, per kuartalan.

$$Y = D \times (R/S)$$

dimana:

Y = umur rata-rata piutang

D = banyaknya hari dalam periode usaha, misalkan 90 hari (3 bulan)

R = nilai dari saldo piutang pada akhir suatu usaha tertentu, misalkan Rp 1.000.000

S = nilai dari penjualan kredit untuk periode yang sedang berjalan, misalkan Rp 2.000.000

Rp 1.000.000

$$Y = 90 \times \frac{\text{Rp 1.000.000}}{\text{Rp 2.000.000}}$$

Rp 2.000.000

= 45 hari

Setelah menghitung umur rata-rata piutang, perusahaan harus membandingkan dengan jangka waktu kredit yang diberikan. Hal ini untuk mengetahui berapa lama pelanggan menunda pembayaran hutangnya. Jika perusahaan menentukan jangka waktu kreditnya selama 30 hari, maka sesuai dengan perhitungan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pelanggan terlambat membayar

hutangnya selama 15 hari (30 hari - 45 hari). Untuk mengetahui besarnya cash inflow yang terjadi karena adanya penjualan kredit itu dapat direncanakan dengan menyusun budget pengumpulan piutang. Budget atau skedul pengumpulan piutang disusun berdasarkan budget penjualan dengan memperhatikan antara lain faktor-faktor terms of sales dan kebiasaan para pelanggan membayar hutangnya.

Contoh : (Bambang Riyanto, 1995:91)

Suatu perusahaan mempunyai rencana penjualan atas dasar estimasi akhir bulan sebagai berikut:

Bulan penjualan	Jumlah penjualan
Juli	Rp 28.000,00
Agustus	Rp 35.000,00
September	Rp 42.000,00

Syarat pembayaran ditetapkan : 3/20 net 30

Berdasarkan pengalaman cara pembayaran para pelanggan adalah sebagai berikut:

- a) 60% dari penjualan setiap bulannya terkumpul dalam waktu 20 hari sesudah bulan penjualan.
- b) 30% terkumpul dalam waktu sesudah 20 hari dalam bulan yang sama yaitu dalam bulan kesatu sesudah bulan penjualan.
- c) 10% terkumpul dalam bulan kedua sesudah bulan penjualan.

Berdasarkan data tersebut di atas dapat disusun skedul atau budget pengumpulan piutang (tabel 2.1).

3. Mempercepat tingkat perputaran piutang

Perputaran piutang adalah kecepatan peredaran piutang dalam 1 tahun. Tingkat perputaran piutang menunjukkan berapa kali saldo piutang itu berputar selama 1 tahun.

Piutang yang dimiliki suatu perusahaan mempunyai hubungan erat dengan volume penjualan kredit. Posisi piutang dan taksiran waktu pengumpulannya dapat dinilai dengan menghitung tingkat perputaran piutang tersebut (receivable turn over ratio) yaitu dengan membagi total kredit (netto) dengan piutang rata-rata. Rata-rata piutang dapat dihitung dengan saldo awal tahun ditambah saldo akhir tahun dibagi dua.

Tinggi rendahnya tingkat perputaran piutang mempunyai efek yang langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang. Makin tinggi turnovernya berarti makin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang.

Tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan rumus :

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

TABEL 2.1
SKEDUL PENGUMPULAN PIUTANG

WAKTU PENJUALAN	TAKSIRAN PENJUALAN	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER
Juli	Rp 28.000,-	Rp 24.696,- X)	Rp 2.800,- XX)	
Agustus	Rp 35.000,-	Rp	Rp 30.870,-	Rp 3.500,-
September	Rp 42.000,-	Rp	Rp -	Rp 37.044,-
Jumlah piutang yang terkumpul setiap bulan		Rp 24.696,-	Rp 33.670,-	Rp 40.544,-

X) Penerimaan piutang dalam bulan Agustus:

60% x Rp 28.000,- Rp 16.800,-

Potongan tunai (Cash discount) = 3% x Rp 16.800,- Rp 504,-

Rp 16.296,-

Piutang yang terkumpul dalam waktu sesudah 20 hari dalam bulan yang sama

30% x Rp 28.000,- Rp 8.400,- +

Rp 24.696,-

XX) Piutang yang terkumpul dalam bulan kedua sesudah bulan penjualan sebanyak

10% x Rp 28.000,- = Rp 2.800,-

Dari tabel diatas nampak bahwa dalam bulan Agustus akan terkumpul piutang sebesar Rp 24.696,- September Rp 33.670,- dan Oktober Rp 40.544,- yang ini akan merupakan "cash infow" untuk bulan-bulan Agustus, September dan Oktober.

$$\text{Rata-Rata Piutang} = \frac{\text{Piutang Awal} + \text{Akhir}}{2}$$

Contoh : piutang awal = Rp 333.500

piutang akhir = Rp 375.000

penjualan kredit = Rp 1.650.000

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata piutang} &= \frac{\text{Rp } 333.5000 + \text{Rp } 375.000}{2} \\ &= \text{Rp } 354.250 \end{aligned}$$

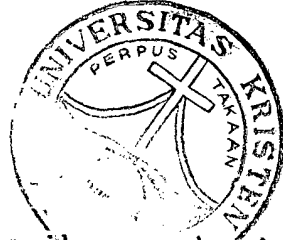
$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran piutang} &= \frac{\text{Rp } 1.650.000}{\text{Rp } 354.250} \\ &= 4,7 \end{aligned}$$

Jadi tingkat perputaran piutang sebanyak 4,7 kali dalam 1 tahun.

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam usaha untuk mempercepat perputaran piutang adalah sebagai berikut:

a. Strategi potongan tunai

Dalam sistem penjualan kredit apabila para pelanggan membayar lebih cepat dari jangka waktu kredit yang ditetapkan, biasanya akan diberikan discount dalam jumlah tertentu. Tindakan ini dilakukan untuk merangsang pelanggan agar membayar hutangnya lebih awal dari waktu jatuh tempo yang telah ditetapkan. Misalnya syarat kredit 3/10 net 30, berarti



perusahaan akan memberikan potongan tunai sebesar 3% dari harga faktur jika pelanggan membayar paling lambat 10 hari setelah tanggal faktur dan pelanggan yang tidak memanfaatkan cash discount paling lambat membayar pada hari ke 30 setelah tanggal faktur.

Dengan syarat kredit 3/10 net 30, para pelanggan dihadapkan pada 2 alternatif yaitu:

- Memanfaatkan discount
- Tidak memanfaatkan discount, tetapi membayar paling lambat 30 hari.

Untuk dapat menentukan yang mana di antara kedua alternatif yang lebih menguntungkan, maka pelanggan dapat membandingkan antara besarnya bunga pinjaman bank dengan bunga kredit atau cash discount yang diberikan perusahaan. Apabila ternyata membayar pada periode kredit discountnya lebih besar dari bunga pinjaman bank, maka pelanggan cenderung memilih alternatif memanfaatkan potongan tunai karena lebih menguntungkan.

Sehubungan dengan hal ini, maka pihak perusahaan juga harus memperhitungkan penentuan tingkat bunga potongan tunai agar dalam posisi saling menguntungkan baik bagi perusahaan maupun pelanggan.

Adapun rumus biaya discount menurut J. Fred Weston - Thomas E Copeland (1991;417) adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya discount} = \frac{\% \text{ discount}}{100 - \% \text{ disc}} \times \frac{360}{\text{jangka waktu kredit periode disc}}$$

Contoh: Perusahaan memberikan penjualan secara kredit dengan syarat kredit 3/10 net 30, maka perhitungan besar discount adalah:

$$\begin{aligned} \text{Biaya discount} &= \frac{3}{100 - 3} \times \frac{360}{30 - 10} \\ &= 55,67\% \text{ per tahun atau} \\ &\quad 4,64\% \text{ per bulan} \end{aligned}$$

Dengan membandingkan bunga kredit sebesar 4,64% per bulan dengan bunga pinjaman bank sebesar 22% per tahun atau 1,83% per bulan, maka pelanggan akan memilih membayar pada periode discount karena bunganya lebih besar daripada bunga bank sehingga lebih menguntungkan bagi pihak pelanggan.

Dalam hal ini perusahaan tertentu hanya akan mengadakan kebijaksanaan kredit tersebut apabila tambahan keuntungan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan akibat adanya discount tersebut.

Oleh karena itu perusahaan harus mempertimbangkan lebih lanjut apakah dengan

mempercepat pengumpulan piutang akan lebih menguntungkan daripada besarnya kerugian biaya discount yang diberikan.

b. Kebijakan pengumpulan piutang

Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan adalah merupakan suatu prosedur yang harus diikuti dalam usaha mengumpulkan piutang-piutangnya yang telah jatuh tempo. Tujuan ditetapkannya kebijakan ini adalah untuk mendorong para pelanggan agar segera membayar hutang-hutangnya yang telah jatuh tempo. Dengan mengintensifkan usaha-usaha pengumpulan piutang maka diharapkan dapat menurunkan biaya piutang tak tertagih dan saldo piutang rata-ratanya. Tetapi dengan melakukan pengumpulan piutang yang lebih intensif akan mengakibatkan penurunan volume penjualan. Maka di dalam melakukan pengumpulan piutang yang lebih ketat harus diperhitungkan untung ruginya bagi perusahaan.

Satu hal lain dalam pengelolaan piutang yang baik yaitu mengaktifkan bagian penagihan yang merupakan salah satu unsur dalam usaha pengumpulan piutangnya. Perusahaan bisa memberikan peringatan pada piutang yang akan jatuh tempo, penagihan tepat pada hari jatuh

tempo dan sanksi bila jatuh tempo dilanggar. Untuk menghadapi para penunggak, perusahaan bisa menggunakan prosedur dibawah ini: (Lukman Syamsudin 1987;254)

- Melalui surat

Bilamana waktu pembayaran hutang dari pelanggan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran, maka perusahaan dapat mengirim surat dengan nada "mengingatkan" atau "menegur" pelanggan yang belum membayar tersebut bahwa hutangnya sudah jatuh tempo. Apabila hutang tersebut belum juga dibayar setelah beberapa hari surat dikirimkan maka dapat dikirimkan surat kedua yang nadanya lebih keras.

- Melalui telepon

Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata hutang-hutang tersebut belum juga dibayar, maka bagian kredit dapat menelepon langsung dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Kalau dari hasil pembicaraan ternyata langganan mempunyai alasan yang dapat diterima, maka mungkin dapat memberikan perpanjangan waktu.

- Kunjungan personal

Melakukan kunjungan secara pribadi ke tempat pelanggan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha pengumpulan piutang.

4. KEBIJAKAN KREDIT

Kebijakan kredit dapat memberikan pengaruh besar terhadap penjualan. Pemberian kredit adalah salah satu faktor dari berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan akan produk perusahaan. Dengan adanya kebijakan penjualan kredit yang dijalankan perusahaan akan mempengaruhi besar kecilnya piutang yang dimilikinya. Dalam usaha menjalankan kebijakan penjualan kredit ada aspek-aspek yang terpenting yaitu :

1. Standar kredit

Standar kredit ini dipakai sebagai pedoman oleh perusahaan dalam memberikan kredit kepada para pelanggannya yang meliputi ketentuan-ketentuan mengenai kualitas pelanggan yang akan diperkenankan memperoleh kredit. Apabila perusahaan menjalankan standar kredit yang longgar atau lunak artinya setiap pembeli diperkenankan membeli dengan cara kredit, maka bisa diperkirakan bahwa penjualan akan meningkat, tetapi juga akan menaikkan kerugian-kerugian dari piutang tak tertagih dan

investasi dalam piutang dagang.

Apabila perusahaan menjalankan standar kredit yang ketat dengan mengurangi syarat kredit dan meningkatkan usaha-usaha penagihan terhadap piutang yang telah jatuh tempo, maka akan mengakibatkan volume penjualan menurun dan kerugian dari piutang tak tertagih akan lebih rendah serta investasi dalam piutang akan lebih kecil.

2. Syarat kredit

Suatu syarat kredit menetapkan adanya periode dimana kredit diberikan dan potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan lebih awal. Misalnya jika perusahaan menetapkan syarat kredit kepada semua pelanggannya sebagai berikut: 2/10, net 30, maka pembeli akan menerima potongan tunai sebesar 2% apabila pembayaran dilakukan dalam waktu paling lama 10 hari sejak awal periode kredit. Bilamana lebih dari 30 hari tidak mendapat potongan.

Persyaratan kredit ini juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan. Dengan demikian perusahaan perlu mempertimbangkan apakah sebaiknya memperpanjang periode pemberian kredit atau tidak.

Ada 2 persyaratan kredit yaitu :

a. Periode kredit

Periode pemberian kredit disini adalah tentang jangka waktu kredit yang diberikan kepada pe-

langgan. Melonggarkan periode kredit dapat merangsang kenaikan penjualan, akan tetapi biaya atas dana yang terikat pada piutang dagang akan meningkat. Kenaikan tersebut sebagian disebabkan karena syarat kredit yang lunak dan sebagian disebabkan volume penjualan yang makin meningkat.

b. Potongan tunai

Volume penjualan akan meningkat karena dengan adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam batas waktu yang ditentukan. Pengaruh pemberian potongan tunai akan menarik para pelanggan untuk memanfaatkan potongan tunai, sehingga rata-rata pengumpulan piutang akan menurun atau dengan kata lain periode penagihan rata-rata akan lebih pendek, karena beberapa pelanggan membayar lebih awal untuk memanfaatkan potongan tunai. Demikian pula halnya dengan kerugian piutang, karena banyaknya pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka probabilitas dari kerugian piutang akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan.

5. HUBUNGAN PIUTANG DENGAN LIKUIDITAS

Pengertian likuiditas menurut Abas Kartadinata adalah "Likuiditas adalah kemampuan perusahaan pada setiap saat untuk menyediakan alat-alat pembayaran yang diperlukan guna melunasi kewajiban-kewajibannya yang jatuh tempo". (1983;6)

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa fokus utama dari arti likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya yang tepat pada waktunya. Maka untuk itu perusahaan perlu menjaga posisi likuidnya dalam arti bahwa agar kas selalu tersedia dan penerimaan tagihan piutang harus segera dapat mengisi kas kembali. Disamping itu kebutuhan perusahaan akan dana untuk kelancaran proses produksi tidak mengalami hambatan.

Untuk mengukur likuiditas suatu perusahaan menurut Munawir dengan menggunakan analisa ratio yaitu :

(1995; 72)

1. Current Ratio

Current ratio merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Aktiva lancar ini pada umumnya terdiri dari kas, surat-surat berharga, piutang dan persediaan. Hutang lancar terdiri dari hutang dagang, hutang wesel jangka pendek, hutang jangka panjang yang akan jatuh

tempo dan hutang lain-lain. Current ratio merupakan ukuran yang paling umum dari kelancaran (solvency) jangka pendek karena ratio tersebut menunjukkan seberapa besar tagihan jangka pendek bisa ditutup dengan aktiva yang bisa berubah menjadi kas dalam jangka waktu yang sama dengan tagihan tersebut.

Untuk menentukan tingkat current ratio yang baik tak ada suatu ketentuan yang mutlak tentang berapa tingkat current ratio yang harus dipertahankan oleh perusahaan karena tingkat current ratio ini tergantung pada jenis usaha dari masing-masing perusahaan. Tetapi secara umum pedoman yang digunakan adalah 2:1 yang berarti bahwa jumlah aktiva lancar ada 2x dari jumlah hutang lancar. Current ratio 200% hanya merupakan kebiasaan dan akan digunakan sebagai titik tolak untuk mengadakan penelitian atau analisa lebih lanjut. Current ratio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang tersebut.

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Contoh : aktiva lancar = Rp 2.000.000

hutang lancar = Rp 1.000.000

$$\text{Curent ratio} = \frac{\text{Rp 2.000.000}}{\text{Rp 1.000.000}} \times 100\%$$

= 200% atau 2:1

Dari contoh diatas menunjukkan bahwa current ratio 200% atau 2:1 berarti jumlah aktiva lancar ada 2 kali dari jumlah hutang lancar.

Ratio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar (yang segera dapat dicairkan) ada sekian kalinya hutang jangka pendek. Tetapi perusahaan dengan curent ratio yang tinggi belum tentu menjamin akan dapat dibayarnya hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo. Curent ratio yang terlalu tinggi menunjukkan kelebihan uang kas atau aktiva lancar lainnya dibandingkan dengan yang dibutuhkan sekarang.

2. Quick Ratio

Ratio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan tidak memperhatikan persediaan, karena persediaan memerlukan waktu yang relatif lama untuk direalisasi menjadi uang kas dan menganggap bahwa piutang segera dapat direalisasi sebagai uang kas. Walaupun dalam kenyataannya mungkin persediaan lebih likuid daripada piutang. Ratio ini dinamakan immediate solvency atau cash ratio yang mengukur kemampuan yang sesungguhnya untuk memenuhi hutang-hutangnya tepat pada saatnya.

Ratio ini dihitung dengan mengurangi persediaan dari aktiva lancar dan membagi sisanya dengan

hutang lancar. Persediaan pada umumnya merupakan bagian dari aktiva lancar yang tidak likuid (agak sulit berubah menjadi kas), dan sering berkurang nilainya dalam kejadian likuidasi, dimana perusahaan dinyatakan berhenti beroperasi.

$$QR = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Contoh : aktiva lancar = Rp 2.000.000

persediaan = Rp 1.000.000

hutang lancar = Rp 1.000.000

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Rp 2.000.000} - \text{Rp 1.000.000}}{\text{Rp 1.000.000}} \times 100\%$$

$$= 100\% \text{ atau } 1,0 : 1$$

Acid test ratio atau quick ratio sebesar 1,0 pada umumnya sudah dianggap baik. Secara umum dapat dikatakan dengan perbandingan 1:1. Piutang merupakan salah satu elemen dari aktiva lancar, maka piutang dapat mempengaruhi tingkat likuiditas perusahaan. Apabila banyak piutang yang tidak dapat ditagih pada waktu jatuh tempo atau sama sekali tidak tertagih, maka akan mengakibatkan pelunasan hutang dagangnya tertunda. Akibatnya dapat menghambat kelancaran jalannya operasi perusahaan. Untuk itu diperlukan pengelolaan piutang yang baik agar dapat meningkatkan likuiditas perusahaan.