BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberhasilan suatu perusahaan secara umum dalam menjalankan aktivitasnya seringkali didasarkan pada tingkat laba yang diperoleh. Akan tetapi, laba yang besar belum tentu menjadi ukuran bahwa perusahaan tersebut telah bekerja secara efesien. Tingkat efesiensi baru diketahui dengan cara membandingkan laba yang didapat dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut (profitabilitas). Laba perusahaan dapat meningkat melalui dua cara yaitu meningkatkan pendapatan/laba dari penjualan dan menurunkan biaya, Dermawan (2007:108).

Laba atau profit merupakan salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha. Tanpa diperolehnya laba, perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan lainnya yaitu pertumbuhan yang terus menerus (going concern) dan tanggung jawab sosial (corporate social responsibility). Laba yang menjadi tujuan utama perusahaan dapat dicapai dengan penjualan barang atau jasa. Semakin besar volume penjualan barang dan jasa, maka laba yang dihasilkan oleh perusahaan juga akan semakin besar.

Lingkungan luar perusahaan juga turut berperan serta dalam proses pencapaian tujuan tersebut misalnya persaingan ekonomi. Persaingan ekonomi terus menerus meningkat tanpa memperdulikan apakah para pelaku bisnis siap atau tidak. Kondisi persaingan yang semakin tajam inilah yang membuat banyak perusahaan tidak dapat menjual barang atau jasa dengan mudah. Dengan melihat kondisi ini, para pelaku bisnis sangat didesak untuk mencari upaya atau strategi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

dalam memenangkan persaingan dan mencari posisi yang menguntungkan. Satu-satunya cara adalah dengan meningkatkan volume penjualan barang atau jasa.

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan barang atau jasa, suatu perusahaan sering menerapkan kebijakan penjualan kredit, disamping juga kebijakan penjualan tunai atau *cash*. Kebijakan penjualan kredit yang diterapkan oleh perusahaan ternyata menghasilkan piutang bagi perusahaan. Masalah piutang yang dihasilkan dari penjualan kredit tersebut juga ternyata tidak bisa diabaikan begitu saja karena resiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan yang berkaitan dengan piutang lebih besar dibandingkan jika perusahaan menjual barang atau jasa secara tunai. Hal ini disebabkan karena piutang yang dihasilkan dari penjualan secara kredit melibatkan pihak debitur yang berada di luar perusahaan.

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 profitabilitas. Selain besarnya jumlah piutang yang dimiliki, kecepatan kembalinya piutang menjadi kas juga sangat menentukan besarnya profitabilitas perusahaan. Kecepatan pelunasan piutang menjadi kas kembali ini disebut dengan perputaran piutang. Perputaran piutang tidak hanya digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola piutang secara efisien tetapi juga dapat digunakan sebagai media meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam upaya mewujudkan operasi perusahaan yang efektif dan efisien dalam menghasilkan laba yang diperoleh, tidak hanya dilihat dari besar kecilnya jumlah laba yang diperoleh,

UNIVERSITAS MEDAN AREA