

BAB II

PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Masalah

Sesuai dengan uraian permasalahan yang telah penulis sampaikan maka dalam bagian ini akan diuraikan mengenai teori atau pengertian yang erat kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas.

2.1.1. Pendekatan Perkoperasian

Koperasi didirikan berlandaskan kepada pemikiran bahwa melalui kerjasama maka aktivitas ekonomi yang dipusatkan dapat ditata dan diarahkan demi kepentingan bersama dan meraih kesejahteraan bersama pula. Kegiatan koperasi merupakan unsur penunjang utama dan terkait dengan pengembangan ekonomi rumah tangga anggota. Sebaliknya, anggota merupakan unsur pendukung utama terhadap eksistensi dan perkembangan bagi koperasi itu sendiri. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pada Bab 1 (Ketentuan Umum) Pasal 1 Ayat 1, menyebutkan arti koperasi sebagai berikut :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Adapun definisi koperasi menurut lembaga aliansi koperasi internasional ICA (*International Cooperative Alliance*) menyepakati bahwa :

“Koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi-aspirasi ekonomi dibidang ekonomi, sosial dan budaya melalui perusahaan yang dimiliki bersama, dan dikendalikan secara demokratis”.

Sedangkan definisi dari koperasi menurut Bapak Koperasi Indonesia Prof.

DR. Mohammad Hatta, menyatakan bahwa :

“Koperasi adalah usaha bersama, untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong-menolong, Semangat tolong-menolong tersebut, didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan ‘seorang buat semua dan semua buat seorang’.”

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa, koperasi adalah suatu perkumpulan, yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kebutuhan yang sama dengan berlandaskan pada kegiatan usahanya, atas azas kekeluargaan, guna memenuhi kebutuhan dalam menggapai kesejahteraan bersama yakni para anggotanya.

Demikian juga dengan didirikannya Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR” juga bertujuan sama seperti yang terurai di atas, yakni untuk memenuhi kebutuhan dan pencapaian kesejahteraan secara bersama bagi para anggota, sudah lama berperan aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Dalam kegiatannya terdapat nilai-nilai yang harus dilakukan oleh koperasi dan anggotanya. Nilai-nilai koperasi adalah standar moralitas dan etika yang disepakati berdasarkan tradisi para pendirinya, yang dijadikan landasan ideologi koperasi dalam mencapai cita-citanya. Adapun nilai-nilai koperasi itu sendiri terdiri dari :

1. Kekeluargaan
2. Menolong diri sendiri
3. Bertanggung jawab
4. Demokrasi
5. Persamaan

6. Berkeadilan
7. Kemandirian

Nilai yang diyakini anggota Koperasi :

1. Kejujuran
2. Keterbukaan
3. Tanggung Jawab
4. Kepedulian terhadap orang lain

Menurut Undang-undang RI No. 25 Tahun 1992, pasal 3, tentang tujuan koperasi adalah Koperasi Bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur, berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut Undang-Undang RI No.25 Tahun 1992 pasal 4 tentang Fungsi dan Peran Koperasi adalah :

- a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya;
- b. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat;
- c. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan Koperasi sebagai sokogurunya;
- d. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Dalam pelaksanaannya koperasi memiliki prinsip-prinsip yang digunakan sebagai landasan pelaksanaan kegiatan usahanya sebagai badan usaha. Menurut Undang-Undang RI No.25 Tahun 1992 Pasal 5 ayat 1, Koperasi melaksanakan prinsip Koperasi sebagai berikut :

a. Keanggotaan bersifat sukarela dan dan terbuka

Sifat kesukarelaan dalam keanggotaan koperasi mengandung makna bahwa menjadi anggota koperasi tidak boleh dipaksakan oleh siapapun. Sifat kesukarelaan juga mengandung makna bahwa seorang anggota dapat mengundurkan diri dari koperasinya sesuai dengan syarat yang ditentukan dalam Anggaran dasar koperasi. Sedangkan sifat terbuka memiliki arti bahwa dalam keanggotaan tidak dilakukan pembatasan atau diskriminasi dalam bentuk apapun.

b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis

Prinsip demokrasi menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi dilakukan atas kehendak dan keputusan para anggota. Para anggota itulah yang memegang dan melaksanakan kekuasaan tertinggi dalam koperasi.

c. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota

Pembagian sisa hasil usaha kepada anggota tidak dilakukan semata-mata berdasarkan modal yang dimiliki seseorang dalam koperasi tetapi juga berdasarkan pertimbangan jasa usaha anggota terhadap koperasi. Ketentuan yang demikian ini merupakan perwujudan nilai kekeluargaan dan keadilan.

d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal

Modal dalam koperasi pada dasarnya dipergunakan untuk kemanfaatan anggota dan bukan untuk sekedar mencari keuntungan. Oleh karena itu balas jasa terhadap modal diberikan juga terbatas, dan tidak didasarkan semata-mata atas besarnya modal yang diberikan. Yang dimaksud dengan terbatas adalah wajar dalam arti tidak melebihi suku bunga yang berlaku di pasar.

e. Kemandirian

Kemandirian mengandung pengertian dapat berdiri sendiri, tanpa bergantung pada pihak lain yang dilandasi oleh kepercayaan kepada pertimbangan, keputusan, kemampuan, dan usaha sendiri. Dalam kemandirian terkandung pula pengertian kebebasan yang bertanggung jawab, otonomi, swadaya, berani mempertanggungjawabkan perbuatannya sendiri, dan kehendak untuk mengelola diri sendiri.

Disamping dari kelima prinsip yang disebutkan dalam ayat 1, untuk pengembangan koperasi maka Koperasi melaksanakan pula prinsip Koperasi, sebagai berikut :

a. Pendidikan Koperasi

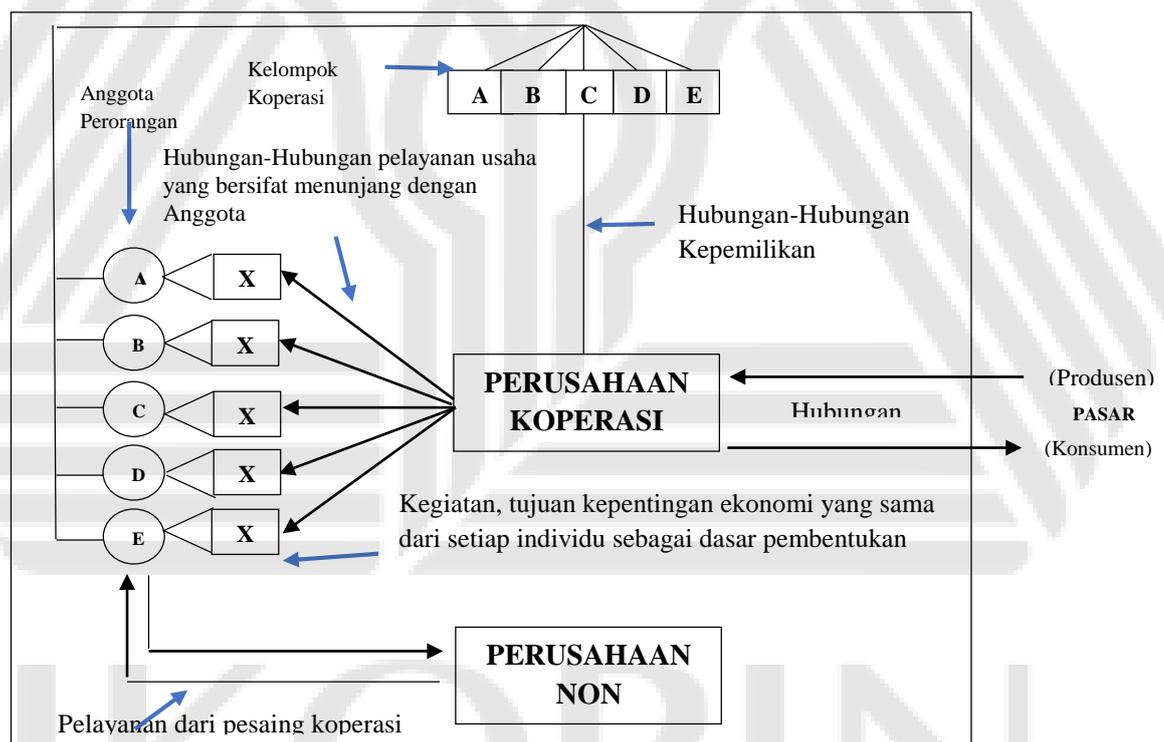
Koperasi-koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi anggota-anggotanya, para wakil yang dipilih, manajer dan karyawan, sehingga mereka dapat memberikan sumbangan yang efektif bagi perkembangan koperasi-koperasi mereka. Mereka memberi informasi kepada masyarakat umum, khususnya orang-orang muda pemimpin-pemimpin opini masyarakat mengenai sifat dan kemanfaatan-kemanfaatan kerjasama.

b. Kerjasama Antar Koperasi

Maksudnya adanya hubungan kerjasama antar koperasi satu dengan koperasi lainnya untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama dan dengan adanya kerjasama antar koperasi dapat mewujudkan kesejahteraan koperasi tersebut.

Prinsip-prinsip yang terdapat pada koperasi merupakan dasar-dasar bekerja yang digunakan sebagai pedoman serta acuan organisasi ekonomi yang berwatak sosial, prinsip-prinsip itu pula yang menjadi pembeda antara koperasi dan badan usaha lainnya.

Alfred Hanel (2001:33) mengemukakan bahwa, "...organisasi koperasi dapat diartikan sebagai suatu sistem sosial ekonomi atau sosial teknik, yang terbuka dan berorientasi pada tujuan". Pemanfaatan sumber daya ekonomi, mencakup anggota individu, koperasi, kelompok koperasi, perusahaan koperasi, seperti dalam gambar sebagai berikut :



Gambar 2.1 Organisasi Koperasi sebagai Suatu Sistem Sosio Ekonomi

Sumber : Organisasi Koperasi (Alfred Hanel:1992) dalam Ramudi Arifin

Berdasarkan gambar 2.1 tersebut dapat dilihat bahwa komponen-komponen anggota, kelompok koperasi perusahaan berada di dalam satu kesatuan sistem

organisasi. Dilihat dari perusahaan koperasi maka anggota merupakan pelanggan sekaligus pemilik. Hubungan diantara anggota dan perusahaan koperasi merupakan hubungan saling mempromosikan. Koperasi bertanggung jawab terhadap peningkatan kesejahteraan anggotanya dan sebaliknya anggota juga bertanggung jawab terhadap pengembangan dan eksistensi dari perusahaan koperasinya, hal ini sesuai dengan prinsip anggota pemilik sekaligus pelanggan koperasi.

Menurut Undang-Undang RI No.25 Tahun 1992 Bab V Pasal 17 ayat 1 tentang keanggotaan, anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Ataupun bisa disebut dengan istilah “*Dual Identity*”. Secara hukum anggota koperasi adalah pemilik dari koperasi dan usahanya, dan anggotalah yang mempunyai wewenang mengendalikan koperasi bukan pengurus dan bukan pula manajer. Oleh karena itu tidaklah salah kalau dikatakan bahwa kunci keberhasilan koperasi terletak pada anggota.

Menurut Undang-Undang RI No.25 Tahun 1992 Bab VI Pasal 21, Perangkat organisasi koperasi terdiri dari :

- a. Rapat Anggota
- b. Pengurus
- c. Pengawas

Menurut Undang-Undang RI No.25 Tahun 1992 Pasal 6, Koperasi dibentuk menjadi 2 Kelompok yaitu :

1. Koperasi Primer dibentuk oleh sekurang-kurangnya 20 (dua puluh) orang.
2. Koperasi Sekunder dibentuk oleh sekurang-kurangnya 3 (tiga) Koperasi.

Koperasi sekunder meliputi semua koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan koperasi semua koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan Koperasi Primer dan/atau Koperasi Sekunder. Berdasarkan kesamaan kepentingan dan tujuan efisiensi, Koperasi sekunder dapat didirikan oleh Koperasi sejenis maupun berbagai jenis atau tingkatan.

Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 1992 Pasal 6, dasar untuk menentukan jenis koperasi adalah kesamaan aktivitas, kepentingan dan kebutuhan ekonomi anggotanya, seperti antara lain :

- a. Koperasi Simpan Pinjam,
- b. Koperasi Konsumen,
- c. Koperasi Produsen,
- d. Koperasi Pemasaran,
- e. Koperasi Jasa.

Sedangkan jenis-jenis koperasi yang dibagi dalam 5 jenis sebagaimana yang dikemukakan dalam buku “Ekonomi Koperasi dan Manajemen” (Ropke, 2003:16) yaitu :

1. Koperasi Konsumsi

Barang Konsumsi adalah barang kebutuhan sehari-hari, misalnya barang pangan, barang sandang dan barang pembantu keperluan sehari-hari. Tujuan koperasi adalah agar para anggotanya dapat membeli barang-barang dengan mutu yang baik dan harga yang layak. Usaha-usaha koperasi konsumsi sebagai berikut :

- a. Membeli barang-barang konsumsi keperluan sehari-hari dalam jumlah yang besar sesuai dengan kebutuhan anggota.

- b. Menyalurkan barang konsumsi pada anggota dengan harga layak.
- c. Berusaha membuat sendiri barang konsumsi untuk keperluan anggota.

2. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi menerima simpanan-simpanan dan deposito dari para anggotanya serta memberikan pinjaman bagi anggota yang sama. Tujuan dari koperasi kredit adalah :

- a. Membantu keperluan kredit para anggota yang sangat membutuhkan dengan syarat-syarat yang ringan.
- b. Mendidik para anggota, supaya giat menyimpan secara teratur sehingga membentuk modal sendiri.
- c. Mendidik anggota hidup berhemat, dengan menyisihkan sebagian pendapatan.
- d. Menambah pengetahuan tentang perkoperasian.

3. Koperasi Produksi

Koperasi produksi sebagai suatu badan usaha yang dimiliki oleh para karyawan/pekerjanya (koperasi produsen). Terdapat 2 macam koperasi produksi :

- a. Koperasi produksi kaum buruh, anggotanya terdiri atas orang-orang yang tidak punya perusahaan sendiri.
- b. Koperasi produksi kaum produsen yang anggotanya adalah orang-orang yang masing-masing memiliki perusahaan sendiri.

4. Koperasi Jasa

Koperasi jasa diorganisir untuk dapat melayani para anggotanya dengan pelayanan yang lebih meningkatkan pelayanan yang dapat diusahakan meliputi : asuransi, kredit, telepon, irigasi dan dan pengarian, rumah sakit, auditing, fasilitas komputer pemrosesan data, dan lain-lain.

5. Koperasi Serba Usaha

Koperasi serba usaha yaitu koperasi yang menyelenggarakan usaha lebih dari satu macam kebutuhan ekonomi atau kepentingan ekonomi para anggotanya. Biasanya koperasi demikian tidak dibentuk sekaligus untuk melakukan bermacam-macam usaha, melainkan makin diperluas, karena kebutuhan anggotanya makin berkembang, kesempatan usaha yang terbuka dan sebab-sebab lain.

2.1.2. Pendekatan Manajemen Piutang

Prosedur penanganan yang baik atas piutang sangat penting bukan hanya bagi keberhasilan perusahaan, tapi juga untuk memelihara hubungan yang memuaskan dengan para pelanggan. Fungsi perencanaan akan turut juga mempertimbangkan jumlah yang akan tertanam dalam piutang dan mengukur jumlah tersebut dengan membandingkan terhadap dana yang tersedia serta hubungannya dengan penjualan yang dapat diterima.

Seperti halnya keputusan investasi pada aktiva yang lain, penentuan kebijakan kredit yang optimal memerlukan perhitungan yang cermat yang menyangkut tambahan biaya dan tambahan laba pada pada berbagai kredit. Perusahaan dapat meningkatkan investasi pada piutang sepanjang tambahan

keuntungan yang timbul adanya piutang tersebut masih lebih besar daripada tambahan biaya investasi piutang itu. Dilain pihak kenaikan penjualan kredit tersebut juga akan mengakibatkan kenaikan biaya yang meliputi *opportunity costs* tambahan dana untuk investasi pada piutang, tambahan biaya pengumpulan piutang. Penjualan kredit tidak langsung menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan apa yang disebut dengan piutang. Piutang sebagai salah satu elemen dari modal kerja, maka piutang akan selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus.

2.1.2.1. Definisi Manajemen

Menurut Malayu S.P Hasibuan (2007:1) pengertian manajemen adalah sebagai berikut :

“Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Sedangkan pengertian lain, menurut George R.Terry (dalam Sugiana, 2013:14) adalah sebagai berikut :

“Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling, utilizing in each both science and art, and followed in order to accomplish predetermined objective”.

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu proses mengelola berbagai sumber daya yang terkait guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dari definisi di atas dijelaskan bahwa

terdapat empat dasar proses manajemen yaitu : (1) Planning, (2) Organizing, (3) Actuating, dan (4) Controlling. Dari keempat fungsi tersebut dimaksudkan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya menjadi lebih efektif untuk mencapai hasil yang sesuai.

2.1.2.2. Definisi Piutang

Pengertian piutang menurut Soemarso (2002:338) adalah sebagai berikut:

“Piutang adalah hak lain terhadap seseorang atau perusahaan lain, menutup pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa dia berutang”.

Sedangkan pengertian lain menurut Bambang Riyanto (2008:85), adalah sebagai berikut :

“Piutang (*receivables*) merupakan elemen modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa piutang adalah hasil penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan.

Secara umum piutang timbul karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang merupakan salah satu jenis aktiva lancar yang tercantum dalam neraca. Di dalam piutang tertanam sejumlah investasi perusahaan yang tidak terdapat pada aktiva lancar lainnya. Karena itu pengelolaan piutang

memerlukan perencanaan yang matang, mulai dari penjualan kredit yang menimbulkan piutang sampai menjadi kas.

2.1.2.3. Pengelolaan Piutang

Untuk menentukan kebijakan kredit yang optimal, manajer keuangan harus mempertimbangkan beberapa variable penting yang berkaitan dengan piutang, yang meliputi :

1. Standar Kredit

Penjualan barang atau jasa yang diberikan ke pelanggan mengandung suatu risiko bagi perusahaan yang menyebabkan kerugian bagi perusahaan entah keterlambatan waktu pembayaran atau kerugian karena nasabah tidak mampu lagi membayar barang yang sudah dibelinya. Dalam praktiknya risiko yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan penjualan kredit adalah :

- Pelanggan terlambat untuk membayar tagihannya kepada perusahaan, misalnya melewati batas tanggal jatuh tempo. Hanya saja walaupun terlambat atau tersendat-sendat pelanggan masih mau dan mampu untuk membayar tagihannya.
- Perjalanannya terkadang pelanggan tidak memiliki kemampuan untuk membayar sesuai kesepakatan, sehingga kredit benar-benar macet, sekalipun pelanggan masih berusaha untuk membayar.
- Pelanggan kabur sehingga tidak dapat ditagih sama sekali dan ini benar-benar macet, alias tidak tertagih.

Untuk menghindari atau meminimalkan risiko yang dihadapi perusahaan, maka perlu dilakukan analisis kredit. Berikut analisis kredit yang dilakukan sebelum pemberian kredit, menggunakan analisis 5C :

- *Character* (Karakter); dimaksudkan untuk mengetahui apakah peminjam mempunyai karakter yang bertanggung jawab atau tidak, terhadap pinjamannya.
- *Condition* (Kondisi); kondisi/kemampuan calon peminjam (biasanya dilihat dari faktor ekonomi), mampukah peminjam membiayai pinjaman yang dilakukannya.
- *Capacity* (Kapasitas); untuk mengetahui apakah peminjam mempunyai kemampuan dalam membayar pinjamannya, yang sering kali dilihat dari penghasilannya.
- *Capital* (Modal); yaitu analisa untuk menilai apakah peminjam mempunyai modal untuk membiayai pinjaman yang akan dilakukannya.
- *Colateral* (Jaminan); untuk melihat apakah peminjam mempunyai jaminan untuk berjaga-jaga jika terjadi kemacetan pinjaman (biasanya berupa asset).

2. Persyaratan Kredit

Persyaratan kredit ini berguna untuk meningkatkan penjualan kredit dan merangsang pelanggan untuk segera membayar tagihannya. Di samping itu, jangka waktu kredit yang diberikan juga memberikan ruang gerak pelanggan untuk membayar kredit yang diterimanya.

3. Kebijakan Pengumpulan Piutang dan Kredit

Apabila pelanggan terlambat untuk membayar tagihannya, maka perusahaan perlu mengambil tindakan nyata untuk menyelamatkan kredit tersebut agar tidak macet. Tindakan atau kebijakan yang dapat dilakukan meliputi hal-hal sebagai berikut :

Pertama, melalui teguran yang dilakukan melalui surat atau telepon. Teguran ini dapat bersifat mengingatkan, misalnya sebelum kredit jatuh tempo pelanggan ditelepon dengan teguran halus. Kemudian teguran dapat pula bersifat menyuruh nasabah untuk segera membayar dan memastikan tanggal kapan pelanggan akan dibayar.

Kedua, apabila melalui teguran baik surat maupun telepon sudah tidak ditanggapi, maka perusahaan dapat menyerahkannya ke badan penagih (*collection agency*) semacam *debt collector* untuk menagih kredit tersebut hingga tertagih.

2.1.2.4. Rasio yang berhubungan dengan Piutang

Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang adalah tergantung kepada syarat pembayarannya. Makin lunak atau makin lama syarat pembayaran, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang ini berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu adalah makin rendah. Tingkat perputaran piutang (*receivable turnover*) dapat diketahui dengan membagi jumlah credit sales selama periode tertentu dengan jumlah rata-rata piutang (*average receivables*).

Munawir (2004:75) menyatakan pengertian perputaran piutang adalah sebagai berikut :

“Posisi piutang dan taksiran waktu pengumpulannya dapat dinilai dengan menghitung tingkat perputaran piutang (*turnover receivable*) yaitu, dengan membagi total penjualan kredit neto dengan piutang rata-rata”.

Sedangkan pengertian perputaran piutang menurut Kasmir (2010:247), adalah sebagai berikut :

“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”.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa; perputaran piutang itu ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu penjualan kredit dan rata-rata piutang. Untuk melihat berapa besaran perputaran piutang maka kita harus memperhatikan hal berikut ini;

Receivable Turnover, menurut Kasmir (2010:246) :

$$\text{Receivables Turnover} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata - rata Piutang}}$$

Periode terikatnya modal dalam piutang atau hari rata-rata pengumpulan piutang dapat dihitung dengan membagi membagi tahun dalam hari dengan turnovernya. Hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih dan rasio ini juga sering disebut *days sales*

uncollected. Hari rata-rata pengumpulan piutang (*average collection period*) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut : (1 tahun = 360 hari)

$$\text{Average Collection Period} = \frac{360}{\text{Perputaran Piutang}}$$

Penting untuk membandingkan hari rata-rata pengumpulan piutang dengan syarat pembayaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Apabila hari rata-rata pengumpulan piutang selalu lebih besar daripada batas waktu pembayaran yang telah ditetapkan tersebut berarti bahwa cara pengumpulan piutangnya kurang efisien. Ini berarti bahwa banyak para langganannya yang tidak memenuhi syarat pembayaran yang telah ditetapkan.

Tingkat perputaran piutang yang tinggi menunjukkan cepatnya dana terikat dalam piutang, atau dengan kata lain cepatnya piutang dilunasi oleh debitur., semakin tinggi tingkat perputaran piutang maka semakin cepat pula piutang menjadi kas. Selain itu cepatnya piutang dilunasi menjadi kas berarti kas akan digunakan kembali sehingga resiko kerugian piutang dapat diminimalkan.

2.1.3. Pendekatan *Return On Investment* (ROI)

Return On Investment (ROI) merupakan salah satu alat ukur untuk menilai rasio profitabilitas, dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Pengertian *Return On Investment* menurut S. Munawir (2007:89) adalah sebagai berikut :

“*Return On Investment* (ROI) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasinya perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.”

Sedangkan pengertian *Return On Investment* menurut Kasmir (2010:139) adalah sebagai berikut :

“*Return On Investment* (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikannya dengan mengabaikan sumber pendanaan dan biasanya rasio ini diukur dengan persentase.”

Untuk menghitung ROI dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2.1.4. Manfaat Ekonomi Anggota

Salah satu pembeda antara badan usaha koperasi dan badan usaha yang lain adalah bahwa anggota harus memiliki kepentingan ekonomi yang sama. Menurut Ropke dalam Ramudi Arifin (2013:115) menyatakan bahwa :

“...anggota koperasi harus memperoleh dampak ekonomis dari keberadaan koperasinya berupa selisih positif nilai ekonomis dibanding dengan nilai ekonomis yang diperolehnya secara individual dari pasar”.

Dengan adanya kesamaan kepentingan ekonomi maka manfaat ekonomi dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung oleh anggota. Hal ini

sesuai dengan pendapat Andang K. Ardiwidjaja (2000:128), manfaat ekonomi dihubungkan dengan teori efisiensi dan produktivitas serta waktu terjadinya transaksi atau diperoleh. Manfaat ekonomi yang diterima anggota dibagi menjadi dua yaitu :

- (1) Manfaat Ekonomi Langsung; adalah manfaat yang diperoleh anggota secara langsung pada saat terjadinya transaksi antar anggota dengan koperasi. Misalnya potongan harga/discount.
- (2) Manfaat Ekonomi Tidak Langsung; adalah manfaat ekonomi yang diterima oleh anggota bukan pada saat terjadinya transaksi, tetapi diperoleh kemudian setelah berakhirnya suatu periode tertentu atau periode pelaporan keuangan/pertanggungjawaban pengurus dan pengawas, yaitu Sisa Hasil Usaha (SHU) anggota.

Manfaat ekonomi merupakan balas jasa koperasi terhadap anggotanya, yang dapat diberikan melalui manfaat ekonomi langsung (MEL) dan manfaat ekonomi tidak langsung (METL). Dengan adanya balas jasa hal ini menjadi salah satu pendorong bagi anggota untuk aktif berpartisipasi baik sebagai pemilik maupun pelanggan. Manfaat ekonomi yang dapat langsung dirasakan oleh anggota meliputi hal efisiensi harga barang atau jasa, harga uang atau tingkat bunga, harga beli, efektifitas tabungan dan efisiensi penarikan kredit. Sedangkan untuk manfaat ekonomi tidak langsung meliputi sisa hasil usaha (SHU) yang diberikan koperasi kepada anggota, dimana SHU tersebut pembagiannya dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.

2.1.5. Pendekatan Sisa Hasil Usaha

Menurut Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang No.25 Tahun 1992, Pengertian Sisa Hasil Usaha adalah sebagai berikut :

“Sisa Hasil Usaha Koperasi merupakan pendapatan koperasi yang diperoleh dalam satu tahun buku dikurangi biaya, penyusutan dan kewajiban lainnya termasuk pajak dalam tahun buku yang bersangkutan”.

Harus dipahami bahwa SHU bukan merupakan deviden seperti PT keuntungan usaha yang dibagi sesuai dengan aktifitas ekonomi anggota koperasi, maka besarnya SHU yang diterima setiap anggota akan berbeda, tergantung besarnya partisipasi modal dan transaksi anggota terhadap pembentukan maka semakin besar SHU yang akan diterima.

Tiga pernyataan yang menjadi dasar hukum pembagian SHU koperasi bagi anggotanya, yang terdapat pada Undang-Undang No.25 Tahun 1992 :

1. Adapun perlakuan terhadap SHU adalah sisa hasil usaha setelah dikurangi dana cadangan, dibagikan kepada anggota sebanding dengan jasa usaha yang dilakukan oleh masing-masing anggota dengan koperasi.
2. Digunakan untuk pendidikan Perkoperasian dan keperluan lain dari koperasi, sesuai sendan keputusan Rapat Anggota.
3. Untuk besarnya pemupukan dana cadangan ditetapkan dalam Rapat Anggota koperasi yang kemudian dicantumkan pada Anggaran Dasar suatu Koperasi.

SHU koperasi dibagikan kepada anggota koperasi berdasarkan dari dua kegiatan ekonomi koperasi yang dilakukan oleh anggota sendiri, yaitu :

1. SHU atas jasa modal

Pembagian ini juga sekaligus mencerminkan anggota sebagai pemilik ataupun investor, karena jasa atas modalnya (simpanan) tetap diterima oleh koperasinya sepanjang koperasi tersebut menghasilkan SHU pada tahun buku yang bersangkutan.

3. SHU atas jasa usaha

Jasa ini menegaskan bahwa anggota koperasi selain pemilik juga sebagai pemakai atau pelanggan.

Harus dipahami bahwa SHU bukan merupakan deviden seperti PT keuntungan usaha yang dibagi sesuai dengan aktifitas ekonomi anggota koperasi, maka besarnya SHU yang diterima setiap anggota akan berbeda, tergantung besarnya partisipasi modal dan transaksi anggota terhadap pembentukan pendapatan koperasi. Artinya semakin besar transaksi anggota dengan koperasinya, maka semakin besar SHU yang akan diterima.

2.1.6. Pendekatan Aktiva

Setiap perusahaan memiliki aktiva yang berbeda-beda dalam hal jumlah dan jenis aktiva yang dimilikinya. Hal ini berdasarkan pada perbedaan jenis operasi atau usaha yang dilakukan suatu perusahaan. Investasi yang ditanam dalam perusahaan dapat berupa aktiva yang digunakan dalam jangka panjang yaitu aktiva tetap maupun aktiva yang digunakan dalam jangka pendek yaitu aktiva lancar. Setiap perusahaan pasti memerlukan aktiva untuk menjalankan setiap kegiatannya. Maka dari itu aktiva sangat penting untuk dikelola dengan baik agar mendapatkan

keuntungan di masa depan. Menurut Zaki Baridwan (2014:21-22), ada beberapa jenis aktiva :

1. Aktiva Lancar

Yang dimaksud dengan aktiva lancar adalah; uang kas dan aktiva lainnya yang dapat diharapkan akan direalisasi menjadi uang kas atau dijual atau dikonsumsi selama siklus perusahaan yang normal atau dalam waktu satu periode.

Di dalam neraca, aktiva lancar akan disusun dalam urutan likuiditas, dalam arti yang paling likuid dicantumkan paling atas, disusul dengan pos-pos yang kurang likuid dibanding dengan pos di atasnya.

Elemen-elemen yang termasuk dalam golongan aktiva lancar ialah :

- a. Kas yang tersedia untuk usaha sekarang dan elemen-elemen yang dapat disamakan dengan kas, misalnya cek, *money order*, pos wesel dan lain-lain.
- b. Surat-surat berharga yang merupakan investasi jangka pendek.
- c. Piutang dagang dan piutang wesel.
- d. Piutang pegawai, anak perusahaan dan pihak-pihak lain, jika akan diterima dalam waktu satu tahun.
- e. Piutang angsuran dan piutang wesel angsuran, jika merupakan hal yang umum dalam perdagangan dan akan dilunasi dalam jangka waktu satu tahun.

- f. Persediaan barang dagangan, bahan mentah, barang dalam proses, barang jadi, bahan-bahan pembantu dan bahan-bahan serta suku cadang yang dipakai dalam pemeliharaan alat-alat/mesin-mesin.
- g. Biaya-biaya yang dibayar di muka seperti asuransi, bunga, sewa, pajak-pajak, bahan pembantu dan lain-lain. Ditinjau dari batasan bahwa aktiva lancar itu adalah kas atau aktiva lain yang diharapkan dapat segera diubah menjadi uang, maka sesungguhnya biaya-biaya yang dibayar di muka tidak dapat memenuhi kriteria sebagai aktiva lancar, karena biaya dibayar dimuka tidak akan kembali menjadi uang. Tetapi jika tidak dibayarkan di muka maka biaya-biaya tadi akan dibayar dengan menggunakan sumber aktiva lancar, oleh karena itu maka biaya dibayar di muka dimasukkan kedalam kelompok aktiva lancar.

2. Aktiva Tidak Lancar

- a. Investasi Jangka Panjang, di dalamnya termasuk beberapa macam investasi yang berbentuk surat-surat berharga, penyesihan dana, dan investasi jangka panjang lainnya.
- b. Aktiva Tetap Berwujud, terdiri dari : tanah, gedung-gedung, mesin dan alat-alat, perabot, kendaraan, dan lain-lain.
- c. Aktiva Tetap Tidak Berwujud, terdiri dari : goodwill, hak paten, merek dagang, hak cipta, dan lain-lain.

2.2. Metode Penelitian

2.2.1. Metode Penelitian yang digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, yaitu suatu penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Metode studi kasus merupakan salah satu metode deskriptif yang bertujuan untuk mencari informasi secara detail, mengidentifikasi masalah, serta mengevaluasi hasilnya, yang kemudian digunakan dalam proses pengambilan keputusan.

2.2.2. Data yang Diperlukan

Dalam yang dibutuhkan dalam penelitian ini, adalah; data primer dan data sekunder serta data lainnya yang berkaitan untuk melengkapi penelitian, dimana data-data tersebut adalah data yang dapat menggambarkan masalah penelitian yang dilakukan, sehingga mendapatkan gambaran objektif tentang hal yang diteliti. Menurut, Sugiyono (2014:13), menyatakan bila dilihat dari sumbernya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

Menurut, Ami Purnawati (2015:28), mendefinisikan tentang data primer dan data sekunder adalah:

1. Data Primer adalah; data yang langsung diperoleh dari sumbernya (responden/informan) yang berkaitan langsung dengan hal yang diteliti.
2. Data Sekunder adalah; data yang mampu mendukung data primer, dan biasanya data ini telah disusun/diolah oleh pihak lain (lembaga-lembaga).

3. Data lainnya, yaitu data-data yang dapat digunakan untuk melengkapi pengolahan data primer maupun data sekunder, dapat berupa fisik/benda maupun non fisik berupa informasi/keterangan, seperti data tentang:
 - a. Profil Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”
 - b. Laporan RAT Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”
 - c. Data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

2.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara pada karyawan dan pengurus Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”.
2. Observasi melalui pengamatan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional.
3. Dokumentasi dengan mengumpulkan data berupa dokumen dan bukti pendukung lainnya.
4. Studi pustaka yaitu memperoleh data dengan cara membaca buku-buku atau pedoman lainnya yang terkait dengan analisis piutang.

IKOPIN

2.2.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Pengelolaan Piutang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasio yang berhubungan dengan Piutang. 2. Kebijakan Kredit 	<ol style="list-style-type: none"> a. Perputaran Piutang b. Hari-hari Penagihan Piutang. a. Standar Kredit b. Persyaratan Kredit c. Kebijakan Penagihan
<i>Return On Investment (ROI)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sisa Hasil Usaha 2. Aktiva 	<ol style="list-style-type: none"> a. Pendapatan b. Biaya a. Aktiva Lancar b. Aktiva Tidak Lancar
Manfaat Ekonomi Anggota (MEA)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat Ekonomi Langsung. 2. Manfaat Ekonomi Tidak Langsung 	<ol style="list-style-type: none"> a. Tingkat Bunga a. Sisa Hasil Usaha

2.2.5. Analisis Data

Setelah mendapatkan data yang diperlukan, kemudian data akan dianalisis sebagai berikut :

1. Untuk menjawab identifikasi masalah pertama, yaitu bagaimana pengelolaan piutang pada Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR” akan dilakukan dengan analisis deskriptif dengan cara melakukan wawancara dengan pengurus mengenai standar kredit, persyaratan kredit, dan kebijakan pengumpulan piutang atau penagihan, dan kemudian akan menghitung perhitungan rasio :

Rumus Perputaran Piutang :

$$\text{Receivables Turnover} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata - rata Piutang}}$$

Rumus Umur Rata-rata Piutang :

$$\text{Average Collection Period} = \frac{360}{\text{Perputaran Piutang}}$$

Tabel 2.1. Perputaran Piutang Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Tahun	Total Piutang	Piutang Rata-rata	Perputaran Piutang

Sumber : Data Diolah

Apabila hasil perputaran piutang sesuai dengan standar indikator dari Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 06/Per/M.KUKM/V/2006 Tentang Pedoman Penilaian Kinerja Koperasi Berprestasi/Koperasi Award, maka pengelolaan piutang di koperasi dapat dikatakan berhasil.

Tabel 2.2. Perputaran Piutang, Periode Rata-rata Pengumpulan Piutang, Periode Batas Angsuran di Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Tahun	Perputaran Piutang Usaha (X)	Rata-rata Pengumpulan Piutang (Hari)	Periode Batas Angsuran Koperasi (Hari)

Sumber : Data Diolah

Apabila hasil periode rata-rata pengumpulan piutang lebih kecil daripada periode batas angsuran koperasi, maka koperasi dapat dikatakan berhasil.

2. Untuk menjawab identifikasi masalah kedua, yaitu mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi Return On Investment maka digunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Sisa Hasil Usaha Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Tabel 2.3. Perkembangan Return On Investment (ROI) Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Tahun	SHU Setelah Pajak (Rp)	N/T (%)	Total Aktiva (Rp)	N/T (%)	ROI (%)	N/T (%)
	Rata-Rata					

Sumber : *Data Diolah*

a. Sisa Hasil Usaha (SHU)

Dimaksudkan untuk melihat perkembangan SHU yang diperoleh koperasi setiap tahunnya.

Tabel 2.4. Perkembangan Perhitungan Sisa Hasil Usaha pada Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Keterangan	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Pendapatan					
Biaya					
Sisa Hasil Usaha Bersih					

Sumber : *Data Diolah*

Kemudian dianalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dan biaya koperasi.

Tabel 2.5. Perkembangan Pendapatan Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Keterangan	Tahun				
	2014 (Rp)	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Pendapatan Anggota					
Pendapatan Non-Anggota					
Pendapatan Lain-lain					
Pendapatan Jasa Giro					
Pendapatan Non Operasional					
Pendapatan Umum Lainnya					
Pendapatan Jasa Lainnya					
Pendapatan Deviden					
Pendapatan Materai Pinjaman					
Jasa Tabungan / Bank					
Sewa Kendaraan					
Sewa Gedung Kantor Koperasi					
Jasa Legal dari PT.Ziebar Indonesia					
Jasa Staf Legal					
Deviden PT.Artdeco					
Deviden PT.Ziebar Indonesia					
Penggantian Biaya Perijinan PT.Ziebar Indonesia					
Pendapatan Diskon Pembelian TV					
Penggantian Biaya PT.Ziebar Indonesia					
Pendapatan Lain-lain					
Penggantian Biaya Pengiriman Dokumen USP ke Anggota					
Penggantian Ongkos Kirim Barang ke Cabang					
Sewa Mesin Fotocopy					
Materai					

Bazaar Ramadhan					
Fee Pengadaan Pakaian Dinas Bank BJB					
Kesalahan atas perhitungan Akm Penyusutan & Beban Penyusutan					

Sumber : Data Diolah

Tabel 2.6. Perkembangan Biaya Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Keterangan	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Biaya Pokok					
Biaya Usaha					
Biaya Umum & Administrasi Kantor					
Biaya Perkoperasian					
Biaya Bunga					
Biaya Administrasi Bank					
Estimasi Pajak Penghasilan					

Sumber : Data Diolah

b. Aktiva

Lalu dianalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Aktiva Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Tabel 2.7. Perkembangan Aktiva Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”

Keterangan	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Aktiva Lancar					
Kas dan Setara Kas					
Piutang Usaha					
Piutang Pinjaman Anggota					
Piutang Lain-lain					
Persediaan					

Biaya Dibayar Dimuka					
Pajak Dibayar Dimuka					
Properti Investasi					
Investasi					
Aktiva Tetap					
Bangunan					
Renovasi Bangunan					
Kendaraan					
Inventaris Kantor					
Aktiva Lain-lain					

Sumber : Data Diolah

3. Untuk menjawab identifikasi masalah ketiga, yaitu apa saja manfaat ekonomi anggota yang dirasakan oleh Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”, akan dilakukan dengan cara wawancara anggota dan dengan cara analisis deskriptif menggunakan pendekatan teori dan literatur.
4. Untuk menjawab identifikasi masalah keempat, yaitu bagaimana upaya pengelolaan piutang untuk meningkat ROI dan Manfaat Ekonomi Anggota pada Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”, akan dilakukan dengan cara analisis deskriptif menggunakan pendekatan teori dan literatur.

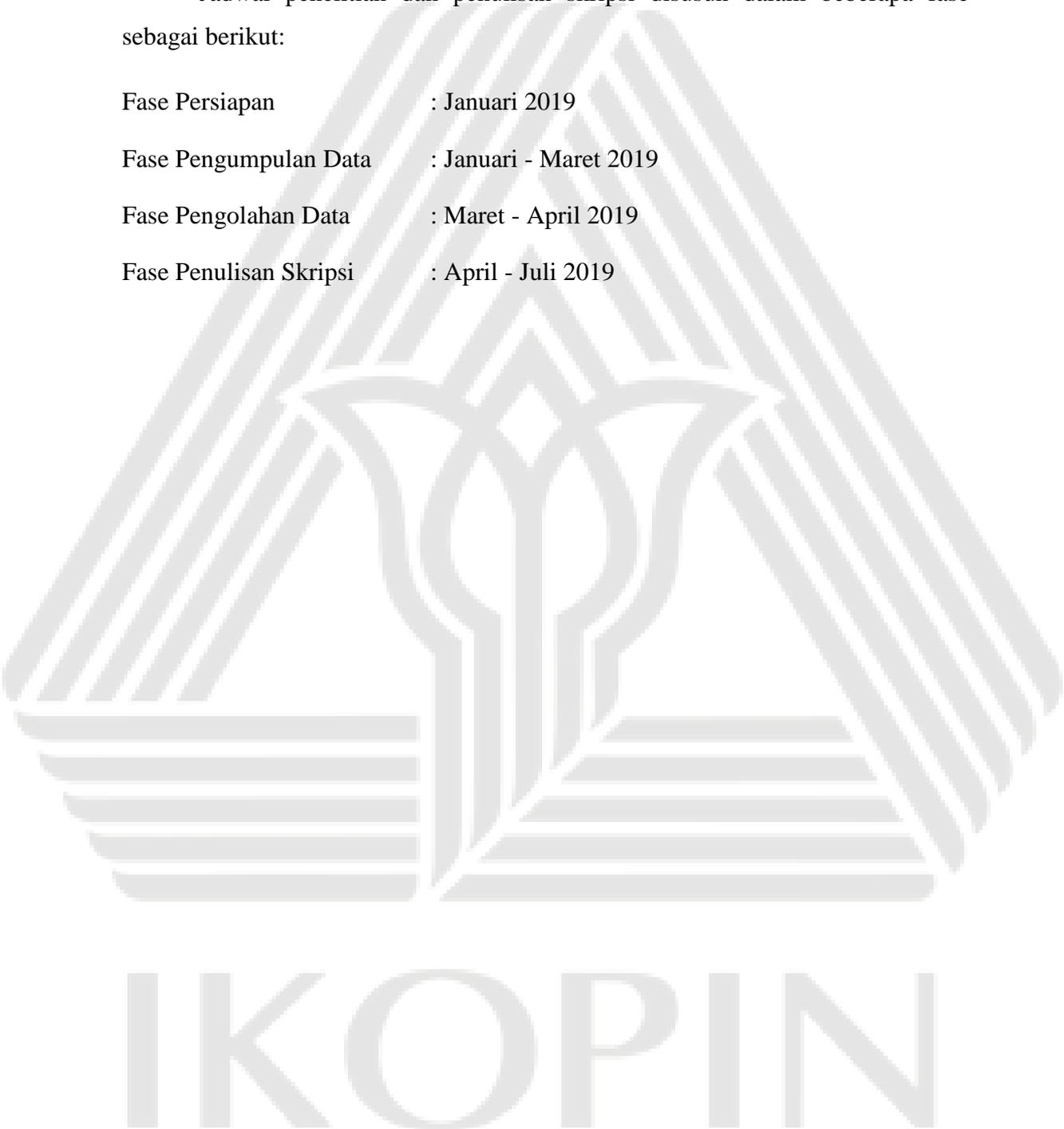
2.2.6. Tempat/Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR” yang beralamat di Komplek The Suites Metro Apartment Ruko Parahyangan Office Park Blok D/12 Jl. Soekarno Hatta No.689 B Bandung 40286.

2.2.7. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dan penulisan skripsi disusun dalam beberapa fase sebagai berikut:

Fase Persiapan	: Januari 2019
Fase Pengumpulan Data	: Januari - Maret 2019
Fase Pengolahan Data	: Maret - April 2019
Fase Penulisan Skripsi	: April - Juli 2019



IKOPIN

2.3. Kerangka Berpikir



IKOPIN

Penjelasan Kerangka Berpikir :

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang memiliki banyak faktor pendukung, yang menunjukkan keberhasilan sebuah koperasi. Fungsi sebuah perusahaan koperasi terdiri dari beberapa aspek, salah satunya adalah manajemen piutang.

Manajemen piutang yang baik haruslah dikelola secara sistematis dan berkesinambungan, melalui siklus manajemen piutang yaitu, meliputi kebijakan kredit dan rasio yang berhubungan dengan piutang. Tahapan tersebut dilakukan demi tercapainya tujuan manajemen piutang yakni meningkatkan penjualan, meningkatkan laba, dan menjaga loyalitas pelanggan.

Bila koperasi mampu memaksimalkan nilai perusahaan melalui manajemen piutang yang secara otomatis akan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada anggotanya. Dan hal ini dapat memberikan manfaat bagi anggota, dari hal tersebut dapat meningkatkan partisipasi anggota dan meningkatkan nilai Sisa Hasil Usaha yang juga akan berpengaruh terhadap peningkatan *Return On Investment*.

IKOPIN