

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Landasan Teori

2.1.1 Koperasi

2.1.1.1 Definisi Koperasi

Pengertian koperasi menurut undang-undang No.25 tahun 1992. Tentang perkoperasian, bahwa koperasi indonesia yakni badan usaha yng beranggotakan orang-orang dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekOnomi rakyat yang berdasarkan atas asas kelurgaan.

Sedangkan menurut Hendrojogi (2007:20) koperasi yaitu suatu wadah bagi golongan masyarakat yang berpenghasilan dibawah setandart yang dalam rangka usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berusaha meningkatkan taraf hidup mereka.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan, koperasi yakni badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum, koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koprasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi masarakat yang berdasarkan atas asas kelurgaan.

2.1.1.2 Tujuan Koperasi

Menurut UU pasal 2 Nomor 25 Tahun 1992, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekOnomian nasional dlam rangka mewujudkan masyarakat yang maju adil, dan makmur berlandasan pancasila dan undang-undang dasar 1945.

2.1.1.3 Prinsip Koperasi.

Mengacu pada undang-undang pasal 5 perkoperasian Nomor.25 Tahun 1992, prinsip-prinsip koperasi itu diuraikan secara singkat sebagai berikut :

1. Keanggotaan Bersifat Sukarela dan Terbuka;
2. Pengelolaan dilakukan secara demokratis;
3. Pembagian sisa hasil usahadilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota;
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal;
5. Kemandirian.

Dalam pengembangan koperasi, makakoperasi melaksanakan pula prinsip koperasi sebagai berikut:

- a. Pendidikan perkoperasian;
- b. Kerjasama antar koperasi.

1.2. Piutang

2.2.1 Definisi piutang

Sesuai dengan sifat masing-masing, setiap perusahaan terlibat dalam penjualan barang atau jasa. Meskipun sebagai penjualan ini secara tunai, namun sebagian besar melibatkan kredit. Ketika penjualan dilakukan secara kredit, berarti piutang dagang meningkat. Maka, arti penting cara perusahaan mengelola piutangnya tergantung pada apa yang dijual perusahaan secara kredit. Semakin banyak yang dijual secara kredit, semakin tinggi proporsi aktiva yang terkait dengan piutang.

Menurut jusup (1999:52) piutang adalah tagihan atau piutang sebagai klaim perusahaan kepada langganan dan kepada pihak-pihak lain yang timbul dari

giatan perusahaan. Piutang sebagai hak untuk nagih sejumlah uang kepadaperusahaan lain akibat pembelian barang atau jasa secara kredit.

Menurut M.munandar (2006:77) piutang yakni tagihan perusahaan kepada orang lain yng nantinya akan memintakan pembayarannya bilamana telah sampai tanggal jatuh tempo.

2.2.2 Jenis piutang

Piutang pada umumnya dapat dikelompokkan menjadi piutang dagang dan piutang lain-lain. piutang yang berasal dari pejualan barang dan jasa yang merupakn kegiatan usaha normal perusahaan disebut piutang dagang atau piutang usaha (trade receivables).

Warren, et. All (2008: 405) menngklasifikasikan piutang kedlam tiga kategori yakni piutang usaha, wesel tagih, dan piutang lain-lain sebagai berikut:

1. Piutang usaha

Piutang usaha muncul dari penjualan dengan secara kredit agar dapat menjual lebih banyak pr0duk ataupun jasa kepada pelanggan. Piutang usaha semacam ini n0rmalnya diperkirakan akan tertagih dalam jangka waktu yang relatif pendek, seperti 30 ataupun 60 hari.

2. Wasel tagih

Wesel tagih yakni jumlah yang terutang bagi nasabah disaat perusahaan telah menerbitkan surat hutang formal. Wesel biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari 60 hari. Wesel bisa digunakan untuk menyelesaikan piutangnng usaha pelanggan. Bila wesel tagi usaha berasall dari transksi penjualan maka hal itu kadang- kadang disebut piutang dagang (*trade receivable*).

3. Piutang lain-lain

Piutang yang lain-lain biasanya disajikan secara terpisah dalam neraca, jika piutang ini diharapkan akan tertagih dalam satu tahun, maka piutang tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Piutang lain-lain (Other Receivable) meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat ataupun karyawan perusahaan.

2.2.3 Penggolongan piutang

Pengklasifikasian piutang dilakukan untuk memudahkan pencatatan transaksi yang mempengaruhinya. Menurut Rudiant0 (2012:210) berdasarkan jenis dan asalnya piutang dalam perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yakni:

1.) Piutang usaha

yakni piutang yang timbul dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.) Piutang bukan usaha

Merupakan piutang yang timbul bukan sebagai akibat dari penjualan barang ataupun jasa yang dihasilkan perusahaan.

2.2.4 Pengakuan piutang

Pengakuan piutang usaha terjadi jika perusahaan menjual produk secara kredit atau memberikan jasa namun belum terjadi pembayaran kepada perusahaan. Istilah pengakuan itu sendiri terkadang arti “proses pembentukan suatu pos yang memenuhi definisi unsur serta kriteria pengakuan dalam neraca ataupun laporan laba rugi”. (Ikatan Akuntan Indonesia 2004:19). Pengakuan piutang usaha sering berhubungan dengan pengakuan pendapatan. Karena pengakuan pendapatan pada umumnya dicatat ketika proses menghasilkan laba telah selesai dan kas terelisasi

atau dapat direalisasi, maka piutang yang berasal dari penjualan barang umumnya di akui pada waktuhak milik atas barang beralih kepada pembeli.

2.2.5 Metode pencatatan penghapusan piutang

a. Metode pencatatan langsung (direct method)

Pada cara ini, kerugian piutang dan penghapusan piutang terjadi bersamaan yakni ketika debitur menyatakan atau di nyatakan tidak mampu membayar, dengan istilah lain perusahaan akan melakukan pencatatan penghapusan piutang ketika debitur tidak mampu membayar utangnya.

Beban kerugian piutang.....XXX

Piutang dagang (usaha).....XXX

b. Metode tidak langsung (indirect write off method)

Dalam metode ini, setiap akhir tahun dilakukan penaksiran dari jumlah piutang dagang yang kemungkinan tidak dapat ditagih untuk dibentuk akun cadangan kerugian piutang.

Beban kerugian piutang.....XXX

Cadangan kerugian piutang.....XXX

Jika debitur menyatakan tidak dapat membayar piutang dan oleh perusahaan diadakan penghapusan, maka dilakukan pencatatan jurnal penghapusan piutang dengan mengurangi caangan yang sudah dibentuk.

Cadangan kerugian piutang.....XXX

Piutang dagang (usaha).....XXX

2.2.6 Faktor-Faktor yang mempengaruhi besarnya investasi piutang

Menurut Riyanto (1995:85), variabel-variabel yang menentukan besar kecilnya alokasi modal dalam piutang adalah variabel pertama, adalah volume penjualan kredit. Semakin besara proporsi *credit sales* terhadap total penjualan, maka semakin besar alokasi modal dalam piutang; variabel kedua, ialah syarat penjualan kredit. Semakin lama waktu piutang semakin besar alokasi modal dalam piutang; variabel ketiga, yaitu *plafond* kredit. Semakin besar *plafond* kredit semakin besar alokasi modal dalam piutang; variabel keempat, merupakan kebijakan pengumpulan piutang. Variabel kelima, adalah kebiasaan debitur membayar.

1. Volume barang yang dijual secara kredit

Besaran barang yang dijual secara kredit lebih besar dari pada kas dapat semakin memperbesar anggaran dalam piutang usaha dan sebaliknya Besarnya barang yang dijual secara kredit lebih kecil dari pada tunai dapat memperkecil anggaran dalam piutang usaha.

2. Standart kredit

Penentuan standar kredit menentukan besar kecilnya piutang usaha yang tertanam. Semakin longgar standar kredit yang diberikan maka semakin besar pula piutang yang tertimbun dan semakin besar resiko kerugian piutang.

3. Jangka waktu kredit

Lama waktu kredit mempengaruhi besar kecilnya piutang usaha yang tertimbun. Semakin lama jangka waktu kredit maka semakin besar piutang usaha yang tertanam, dan sebaliknya. Jangka waktu kredit yang panjang dapat meningkatkan jumlah barang atau jasa yang dijual, di samping juga mengakibatkan piutang usaha semakin besar.

4. Pemberian potongan

Pemberian potongan harga juga dapat mempengaruhi besarnya investasi dalam piutang. Pemberian potongan yang besar akan memperkecil piutang usaha yang tertanam. Sebaliknya pemberian potongan yang kecil memperbesar piutang yang tertanam.

5. Pembatasan kredit

Pembatasan kredit yang dimaksudkan disini adalah pembatasan kredit dalam arti kuantitatif, yaitu berkenaan dengan batas (jumlah) kredit maksimal yang akan diberikan. Pembatasan kredit juga dapat mempengaruhi besar kecilnya piutang usaha. Semakin tinggi batas (plafon) kredit maka semakin besar piutang usaha yang tertanam dan semakin rendah batasan kredit maka semakin kecil piutang yang tertanam.

2.2.7 Pertimbangan pemberian kredit didasarkan pada 5C

1. *Character* yaitu karakter para manajemen yang diberi kredit (debitur),
2. *Capacity* yaitu kemampuan atau kesanggupan membayar debitur,
3. *Capital* yaitu kondisi posisi keuangan debitur,
4. *Collateral* yaitu besarnya harta pelanggan (debitur),
5. *Condition* yaitu kondisi ekonomi, sosialpolitik, dan bisnis.

Syarat 5C menurut Riyanto (1995) sebagai berikut:

a. *Character* (kepribadian)

Menunjukkan kemungkinan dari langganan secara jujur untuk memenuhi kewajiban kewajibannya.

b. *Capacity* (kemampuan)

Kemampuan calon debitur dalam mengembalikan kredit yang disalurkan. Ini bisa dilihat dari segi bagaimana seorang debitur dalam mengelola usahanya, apakah baik atau tidak.

c. *Capital* (modal)

Untuk mengetahui modal calon debitur itu sendiri, bagaimana penggunaan modal apakah efektif, apakah penggunaan dana sesuai rencana dan kebutuhan serta sejauh mana kelancaran perputaran dana.

d. *Collateral* (jaminan)

Bank sebagai pihak yang memberikan kredit juga harus memerhatikan dan melihat besarnya jaminan yang diberikan debitur. Jaminan yang diberikan dalam pemberian kredit seharusnya lebih besar dari pada kredit yang akan diterimanya.

e. *Condition of economy* (kondisi ekonomi)

Merupakan penilaian terhadap kondisi ekonomi sekarang dan untuk masa yang akan datang sesuai dengan sektor masing-masing. Dalam kata lain keadaan perdagangan serta persaingan di lingkungan sektor usaha si peminjam kredit perlu diketahui agar bantuan yang diberikan dapat benar-benar bermanfaat.

2.2.8 Perputaran piutang

Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputara dalam satu periode. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang di tanamkan dalam piutang semakin rendah, dan tentunya bagi perusahaan semakin baik.

Riyanto (2001) mengatakan bahwa perputaran piutang adalah rasio yang memperlihatkan panjangnya waktu untuk mengubah piutang menjadi

kas. Sedangkan, Bramasto(2008) mengatakan bahwa perputaran piutang berasal dari lamanya piutang dirubah menjadi kash, piutang timbul karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit.

2.2.9 Tingkat perputaran piutang

Bambang Riyanto (2011:9) menyatakan rumus perputaran piutang atau bisa disebut juga dengan Perhitungan tingkat perputaran piutang sebagai berikut:

a) perputaran piutang

$$\text{perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan kredit}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

b) Rata-rata piutang

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

2.2.10 Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas

Piutang muncul karena perusahaan melakukan penjualan secara kredit untuk meningkatkan volume usahanya. Riyanto (2001:90) berkata perputaran piutang menunjukkan period tingkatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat periode berputarnya menunjukkan semakin cepat perusahaan memperoleh keuntungan dari penjualan kredit tersebut, sehingga profitabilitas perusahaan juga ikut meningkat.

1.3. Pengendalian perputaran piutang

Piutang merupakan unsur penting dalam neraca. Prosedur yang wajar dan cara pengamanan yang cukup terhadap piutang penting bukan saja untuk keberhasilan perusahaan, tetapi juga untuk memelihara hubungan yang memuaskan dengan anggota. Pengendalian piutang dimulai sebelum ada

persetujuan untuk memberikan pinjaman, sampai setelah persiapan survey dan pemberian pinjaman, dan berakhir dengan penagihan hasil pemberian pinjaman.

Ada 3 (Tiga) Bidang pengendalian piutang:

- a) Pemberian kredit, kebijakan kredit dan syarat kredit tidak harus mempersulit para anggota yang baik, dan juga tidak boleh menimbulkan kerugian yang sangat besar karena adanya piutang sangsi yang berlebihan.
- b) Penagihan (Collections) apabila telah diberikan kredit nasabah (anggota) harus dilakukan penagihan setiap melebihi tanggal atau jatuh tempo yang telah ditentukan, untuk memperoleh pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualan dalam waktu yang tepat atau yang telah di tentukan dan disetujui oleh konsumen (anggota).
- c) Penetapan dan penyelenggaraan pengendalian intern yang layak. Membuat suatu sistem pengendalian intern yang memadai untuk memastikan bahwa semua pemberian kredit sudah di bukukan sebagai piutang anggota.

1.3.1. Kebijakan penagihan

Kebijakan penagihan (*collection policy*) adalah prosedur yang meliputi waktu dan cara-cara penagihan agar pelanggan membayar tepat waktu. Misalnya, perusahaan akan melakukan langkah-langkah penagihan:

- 1.) Mengingatkan via telepon kepada pelanggan yang belum membayar pada satu hari setelah batas akhir penagihan,
- 2.) Mengingatkan via surat kepada pelanggan yang belum membayar sesudah tujuh hari dari batas akhir penagihan,

3.) Menyerahkan tugas penagihan kepada penagih utang (*debt collector*) dari luar perusahaan bagi perusahaan yang belum membayar pada satu bulan setelah batas akhir penagihan.

1.3.2. Periode pengumpulan piutang (*Average collection period*)

Rasio ini merupakan rasio yang menunjukkan periode pengumpulan piutang usaha dalam satu periode. Rasio ini disebut juga rata-rata periode pengumpulan piutang. Rasio ini mengkaji tentang bagaimana suatu koperasi melihat periode pengumpulan piutang yang akan terlihat. Rasio ini mengukur efisiensi pengelolaan piutang koperasi, rata-rata jangka waktu penagihan adalah rata-rata jangka waktu lamanya koperasi harus menunggu pembayaran setelah melakukan penjualan. Rumus ACP sebagai berikut:

$$\text{Rasio ACP} = \frac{360}{\text{RTO/perputaran piutang}}$$

1.3.3. Rasio Tunggakan

Rasio tunggakan ini dapat digunakan untuk mengetahui berapa besar jumlah piutang yang telah jatuh tempo dari sejumlah penjualan kredit yang belum tertagih. Rumus perhitungan Rasio Tunggakan ini sebagai berikut:

$$\text{Rasio tunggakan} = \frac{\text{piutang tak tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

1.3.4. Rasio Penagihan

Rasio penagihan bertujuan untuk mengetahui berapa besar piutang yang tertagih dari total piutang yang dimiliki perusahaan

$$\text{Rasio penagihan} = \frac{\text{piutang tertagih}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

1.4. profitabilitas

1.4.1. Pengertian profitabilitas

Menurut kasmir (2011:196) rasio profitabilitas yakni rasio untuk menilai kekuatan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga mengasihkan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan Oleh laba yang dihasilkan dari penjualan danpendapatan investasi. Intinya yakni penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi dan keuntungan perusahaan.

Tujuan akhir yang ingin digapai suatu perusahaan yang terpenting yakni memperoleh laba atau kuntungan yang maksimal. Dengan memperoleh untung yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru.artinya besarnya keuntung harus dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas.

Menurut Irawati (2006:58) rasio keuntungan atau *profitability ration*, rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya sementara, triwulan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

Menurut sartono (2010:122), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Berdasarkan pendapat dari para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari

penjualan dan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

1.4.2. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktifitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

1.4.3. Jenis-jenis rasio profitabilitas

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio yang dapat digunakan adalah:

1. *Profit Margin (profit margin on sales)*

Profit margin on sales atau *ratio profit margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio juga dikenal dengan nama profit margin.

Terdapat rumus untuk mencapai *profit margin* dan *net profit margin*, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{profitabilitas} = \frac{\text{penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

- b. Untuk margin laba bersih dengan rumus:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{sales}}$$

rasio ini menunjukkan keuntungan bersih per rupiah penjualan.

1.5. Penelitian Terdahulu

- 1.) Yasni, 2016, Analisis pengendalian piutang dan rata-rata piutang terhadap perputaran piutang pada perusahaan daerah air minum kota makasar, memakai rasio *Receivable turn over* (RTO) dan *Average collection period* (ACP) dengan rasio tunggakan dan rasio penagihan. Hasil penelitian bahwa tingkat perputaran piutang perusahaan dan waktu pengumpulannya dari tahun ke tahun mengalami ketidak tetapan (naik - turun).dan pada rasio tunggakan mengalami ketidak stabilan.
- 2.) Shinta noviana, 2016, Analisis tingkat peputaran piutang pada PT.Perdana Gapura Prima, memakai rasio *Receivable turn over* (RTO) dan *Average collection period* (ACP) dengan rasio tunggakan dan rasio penagihan. Tingkat perputaran piutang dari tahun ke tahun sangat kecil sehingga penagihan yang dilakukan tidak berhasil dan pengumpulan piutang dari tahun ke tahun dapat dikatakan perusahaan tidak mampu melakukan penagihan secara tepat waktu dan rasio tunggakan mengalami naik turun.
- 3.) Agustina Walahe, 2013, Analisis Pengendalian Piutang Untuk Meningkatkan Efektivitas Penagih Piutang Pada PDAM Kota Gorontalo, memakai rasio jangka waktu penagihan dan rasio efektivitas penagihan, hasil penelitian adalah banyaknya jumlah piutang tak tertagih yang disebabkan oleh beberapa faktor ekonomi karena pelanggan yang taraf kehidupannya menengah kebawah.
- 4.) Ketut dimas suryana, ni kadek sinarwati,S.E,Ak,M.Si,Ak, ni luh gede emi sulindawati,S.E,Ak,M.pd., 2015, Analisis tingkat perputaran piutang dagang pada koperasi tani tumpang sari pada periode 2011-2013, rasio keuangan *Receivable Turn Over (RTO)*, *Average Collection Period (ACP)*, Rasio

tunggakan, dan Rasio Penagihan. Hasil penelitian bahwa RTO mengalami ketidak tetapan (naik turun) dan kurang dari rata-rata industri sehingga penagihan dianggap tidak berhasil untuk ACP setiap tahunnya kurang baik hasilnya menunjukkan rata-rata pengumpulan piutang melebihi rata-rata industri dan untuk rasio tunggakan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan rasio penagihan cenderung menurun juga.

- 5.) Anny widiasmara, 2014, Analisis pengendalian intern piutang usaha untuk meminimalkan piutang tak tertagih (*Bad Debt*) pada PT.Wahana Ottomitra Multiartha, Tbk Cabang Madiun, rasio yang digunakan rasio perputaran piutang, *Average collection period (ACP)*, dan *Aging of Account receivable*, hasil penelitian terhadap pengendalian intern piutang berjalan cukup efektif, dengan dilakukannya pengendalian ini kualitas booking AR dan kualitas penagihan mengalami perbaikan.

1.6. Kerangka pemikiran

Pada dasarnya setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan laba guna kelangsungan perusahaan, tidak terkecuali koperasi sendiri. Walaupun usaha koperasi bukan semata-mata hanya berorientasi pada laba, namun didalam menjalankan aktivitas usahanya koperasi harus memperhatikan bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar posisinya tetap menguntungkan (tidak merugi) sehingga kelangsungan usahanya dapat terjaga. Perputaran piutang sebagai bagian dari komponen utama juga bisa berpengaruh kepada tinggi rendahnya profitabilitas yang dalam koperasi disebut sebagai sisa hasil usaha (SHU).

Bagan 1.1

Kerangka pemikiran

