



JURNAL MANAJEMEN

Open access available at <http://ejournal.lmiimedan.net>



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PIUTANG TAK TERTAGIH PADA PT. KAWASAN INDUSTRI MEDAN (PERSERO) DENGAN MOTIVASI MEMBAYAR SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Endang Budiwati Sinaga¹, John Gilbert Lumbanraja²

¹⁾ STIE LMII – Medan, ²⁾ STIE Harapan Duri

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Maret 2019

Disetujui Mei 2019

Dipublikasikan Juni 2019

Keywords:

Doubtful account receivable; Customer Satisfaction; Collectability; Stability of Customer Sales; Pay Motivatoin; Account Receivable

Abstrak

The objective of this study was to analyze the influence of customer satisfaction, collectability, the stability of customer sales, and the pay motivation as the moderating variable on doubtful account receivable of PT. Kawasan Industri Medan (Persero). The study used causal research method. The population in the study is the tenants that located in Kawasan Industri Medan (Medan Industrial Park) and some of them were used as the samples. Primary data were gathered by using questionares. Hypothesis was tested by using multiple linear regression analysis and residual test with an SPSS software program. The result of the study showed that customer satisfaction, collectability, and the stability of customer sales had significant influence on doubtful account receivable simultaneously. Partially, customer satisfaction, and the stability of customer sales had positif significant influence on doubtful account receivable. Pay motivation as the moderating variable moderates the correlation of customer satisfaction, collectability, stability of customer sales with doubtful account receivable on PT. Kawasan Industri Medan (Persero).

PENDAHULUAN

PT. Kawasan Industri Medan (Persero) merupakan salah satu badan usaha milik negara yang bergerak di bidang penyedia lahan industri, penyedia bangunan siap pakai untuk disewakan sebagai pergudangan, maupun perkantoran, mengelola ataupun memelihara kawasan, limbah dan persediaan air bersih bagi perusahaan yang menggunakan lahan di Kawasan Industri Medan.

Dalam melakukan seluruh kegiatan usahanya, PT. Kawasan Industri Medan

(Persero) melakukan transaksi penjualan jasa secara kredit. Penjualan jasa yang dilakukan secara kredit akan menimbulkan piutang usaha. Horne (2005) mengatakan piutang meliputi jumlah uang yang dipinjam dari perusahaan oleh pelanggan yang telah membeli barang atau memakai jasa secara kredit.

Menurut Munandar (2006), yang dimaksud dengan piutang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan dimintakan

pembayarannya bilamana telah sampai jatuh tempo. Smith (2005) mengatakan piutang dapat didefinisikan dalam arti luas sebagai hak atau klaim terhadap pihak lain atas uang, barang, dan jasa. Namun untuk tujuan akuntansi, istilah ini umumnya diterapkan sebagai klaim yang diharapkan dapat diselesaikan melalui penerimaan kas.

Dari beberapa definisi yang telah diungkapkan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa piutang usaha adalah hak yang dimiliki oleh perusahaan untuk melakukan klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain untuk menerima sejumlah uang kas akibat dari penjualan jasa secara kredit yang akan diterima pembayarannya oleh perusahaan pada atau setelah jatuh tempo.

Piutang yang lancar akan tertagih dalam waktu 30 hari sampai 60 hari (Kieso et al., 2007). Dalam masa tenggang waktu pembayaran tersebut, perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli sehingga penjualan kredit ini tidak segera menerima penghasilan kas. Hal ini akan berdampak bagi perusahaan, yaitu lambatnya perputaran kas yang nantinya akan mempengaruhi efektivitas arus kas perusahaan. Dampak lain dari piutang ini, nantinya dapat menyebabkan munculnya piutang tak tertagih. Piutang tak tertagih terjadi karena adanya kemungkinan pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, bangkrut atau kinerja penagih PT. KIM yang rendah sehingga pelanggan tidak membayar utangnya pada PT. KIM yang berefek pada meningkatnya jumlah piutang tak tertagih.

Tidak ada satu pun perusahaan yang mengharapkan bahwa dari sekian banyaknya pelanggan terdapat sebagian

yang tidak bisa membayar kewajibannya walaupun dalam proses pemberian kredit telah sesuai dengan ketentuan ataupun telah diteliti sebaik-baiknya. Munawir (2001) berpendapat bahwa semakin besar day's receivable suatu perusahaan semakin besar pula risiko kemungkinan tidak tertagihnya piutang. Risiko tak tertagih atas sejumlah piutang pasti akan ditemui, untuk itu perusahaan sering kali membuat daftar piutang berdasarkan umurnya untuk memudahkan perhitungan piutang yang beredar kemudian menghitung cadangan kerugian piutang yang akan dibebankan pada akhir periode untuk mengakomodasikan kemungkinan piutang tak tertagih. Pihak perusahaan menetapkan persentase tertentu untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh piutang tak tertagih terhadap kondisi keuangan perusahaan.

Piutang tak tertagih ini memerlukan perhatian khusus dari perusahaan agar dapat dikelola dengan baik, untuk mencegah terjadinya kerugian bagi perusahaan serta penumpukan modal kerja pada piutang tersebut maka diperlukan suatu sistem akuntansi yang baik dalam pencatatan, pengelolaan, pengakuan, penilaian, penyisihan dan penghapusan piutang merupakan seperangkat sistem akuntansi yang harus dijalankan sesuai dengan prosedur.

Dalam piutang yang timbul akibat penjualan kreditnya, perusahaan memiliki beberapa pelanggan yang tidak sanggup membayar atau melunasi hutang mereka. Rekening pelanggan seperti itu umumnya disebut piutang tak tertagih atau piutang ragu-ragu, yang merupakan suatu kerugian atau beban penjualan secara kredit. Menurut Rivai et al. (2013) timbulnya piutang ragu-

ragu atau piutang tidak tertagih dapat disebabkan dua faktor yakni dari pihak internal dan eksternal. Dari pihak internal yakni faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan dan pihak eksternal adalah faktor – faktor yang berasal dari luar perusahaan. Apabila manajemen suatu perusahaan dapat menerapkan suatu kebijakan prosedur dan pengawasan piutang yang baik, maka frekuensi terjadinya piutang tak tertagih akan dapat dikurangi sehingga kendatipun perusahaan masih memiliki piutang tak tertagih, kemungkinan besar hanya diakibatkan kondisi pelanggan yang tidak dapat dipungkiri.

Dalam hal ini terlihat masalah yang timbul pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero) yaitu jumlah piutang tak tertagih yang jumlahnya cenderung lebih besar bila dibandingkan dengan piutang lancar selama 3 tahun terakhir (2012–2014). Total piutang pada tahun 2012 sebesar Rp. 8.334.179.638 yang terdiri dari piutang tertagih sebesar Rp. 3.517.119.944 dan piutang tak tertagihnya sebesar Rp. 4.817.059.694, pada tahun 2013 total piutang Rp. 9.216.635.364 yang terdiri dari piutang tertagih sebesar Rp.1.885.038.773 dan piutang tak tertagih sebesar Rp.7.331.596.591, pada tahun 2014 total piutang Rp. 9.339.801.219 yang terdiri dari piutang tertagih Rp. 4.173.070.605 dan piutang tidak tertagih Rp. 5.166.730.614. Pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap tahun jumlah piutang tak tertagih lebih besar dibandingkan piutang tertagih.

Selama kurun waktu 3 tahun (2012 – 2014) piutang tak tertagih lebih besar dibandingkan dengan piutang tertagih, keadaan ini mengurangi keuntungan (laba) perusahaan dan terganggunya

modal kerja perusahaan dalam melakukan kegiatan operasi perusahaan.

Berdasarkan fenomena tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dan mereplika penelitian Priyo Widodo (2001) dengan judul penelitian yang peneliti lakukan adalah analisis faktor – faktor yang mempengaruhi piutang tak tertagih dengan motivasi membayar sebagai variabel moderating pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero).

TELAAH TEORI

Pengertian Piutang tak tertagih

Menurut Niswonger (1995) yang dimaksud piutang tak tertagih merupakan piutang yang timbul karena pemberian jasa kepada langganan karena sesuatu hal tidak dapat ditagih lagi. Piutang tak tertagih merupakan kerugian pendapatan yang memerlukan ayat pencatatan yang tepat didalam perkiraan penurunan harta piutang serta penurunan yang berkaitan dalam laba dan ekuitas pemegang saham (Keiso et al., 2002).

Hery (2013) mengatakan piutang tak tertagih timbul karena adanya pelanggan yang tidak bisa membayar karena menurunnya omzet penjualan sebagai akibat dari lesunya perekonomian dan kebangkrutan yang dialami oleh debitur. Menurut Haryono (2004), piutang tak tertagih adalah piutang yang dapat menimbulkan kerugian karena debitur tidak mau atau tidak mampu melaksanakan kewajibannya.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seorang pelanggan, jika merasa puas

dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Kotler dan Keller (2007) yang dikutip dari buku manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Respon pelanggan terhadap jasa yang diterima sangat menentukan kelangsungan organisasi yang bergerak dibidang pelayanan jasa.

Mutu jasa pelayanan dapat dinilai dengan berpedoman pada dimensi mutu pelayanan jasa itu sendiri. Zeithaml, et al (1990) mengemukakan dimensi dari mutu pelayanan jasa yang dapat dijadikan indikator untuk mengevaluasi pelayanan, dan apabila dikaitkan dengan upaya pengembangan pelayanan yang berkualitas dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero). Indikator – indikator kepuasan pelanggan tersebut adalah:

1. *Tangible* (Pelayanan yang bersifat nyata). Proses pelayanan yang dilaksanakan oleh PT. KIM terhadap pelanggan harus tampak atau secara fisik dapat terlihat jelas mengenai mekanisme kerja berbagai fasilitas yang digunakan, peralatan, kinerja personil, termasuk saluran – saluran komunikasi yang dipakai dalam pelaksanaan tersebut, sehingga pelanggan dapat mengetahui dan melihat dengan jelas bahkan dapat memberikan penilaian terhadap proses

pelayanan yang dilaksanakan oleh PT. KIM (Persero).

2. *Reliability* (Dapat dipercaya). PT. KIM harus mampu memenuhi atau melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara handal dan akurat, baik menyangkut ketepatan waktu layanan, kepastian tarif, ketepatan dalam pembacaan meter air, maupun pengukuran limbah dan sebagainya, sehingga pelanggan dapat merasakan bahwa pelayanan PT. KIM memang benar bisa dipercaya.
3. *Responsiveness* (Bersikap tanggap). Mencakup bagaimana tanggapan PT. KIM atas keluhan pelanggan mengenai pelayanan yang tidak atau kurang memuaskan, tindakan PT. KIM terhadap keluhan – keluhan pelanggan tersebut, bagaimana bantuan para petugas terhadap pelanggan yang menyampaikan keluhan, sikap dan tanggapan petugas PT. KIM ketika pelanggan menyampaikan saran – saran berkaitan dengan peningkatan pelayanan, serta upaya PT. KIM dalam menanggapi berbagai keluhan atau saran – saran yang disampaikan pelanggan
4. *Assurance* (Jaminan Pelayanan). Mencakup kecakapan petugas PT. KIM dalam memberikan tugas pelayanan, keramahan para petugas dalam memberikan pelayanan, jaminan keamanan atas pelayanan yang diberikan PT. KIM, serta tingkat kepercayaan pelayanan yang diberikan PT. KIM terhadap pelanggannya.

5. *Emphaty* (kesungguhan). Mencakup akses bagi pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, mekanisme komunikasi PT. KIM dengan pelanggan, usaha untuk memahami dan memenuhi keinginan dan harapan pelanggan serta perhatian PT. KIM terhadap pelanggan secara personal.

Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas dan jika melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas, demikian sebaliknya (Supranto, 2001). Dengan demikian tampak bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan.

Seringkali membuat daftar piutang berdasarkan umurnya (*aging schedule*) untuk memudahkan perhitungan piutang yang beredar kemudian menghitung cadangan kerugian piutang yang akan dibebankan pada akhir periode untuk mengakomodasi kemungkinan piutang tak tertagih. Semakin lama umur piutang, semakin besar persentase piutang tak tertagih.

Kolektibilitas (Pengumpulan Piutang)

Pengumpulan piutang merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mengumpulkan piutang atas penjualan kredit yang diberikannya dalam waktu singkat (Syahyunan, 2005).

Di dalam usaha pengumpulan piutang, perusahaan harus berhati-hati agar tidak terlalu agresif dalam usaha – usaha menagih piutang para pelanggan. Pengumpulan piutang suatu perusahaan merupakan suatu prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang – piutangnya bilamana sudah jatuh tempo.

Perusahaan dapat melaksanakan kebijakan dalam pengumpulan piutangnya secara aktif maupun pasif dengan terlebih dahulu melihat latar belakang kemampuan finansial pelanggan yang diberikan kredit, sehingga dapat diputuskan cara penagihan yang tepat.

Semakin besar kolektibilitas (pengumpulan piutang) yang dapat dikumpulkan, maka akan mengakibatkan semakin kecil terjadinya piutang tak tertagih atau dengan kata lain kolektibilitas mempunyai pengaruh yang negatif terhadap terjadinya piutang tak tertagih.

Stabilitas Penjualan Pelanggan

Suatu perusahaan yang mempunyai penjualan stabil maka *earning* atau pendapatannya akan stabil pula, maka perusahaan tersebut dimungkinkan akan selalu dapat memenuhi kewajiban finansialnya, seperti membayar tagihannya. Sebaliknya, perusahaan yang mempunyai *earning* tidak stabil dan *unpredictable* akan menanggung risiko tidak dapat menanggung beban utangnya pada tahun – tahun atau keadaan buruk. Brigham dan Houston (2006) berpendapat bahwa perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil akan memiliki aliran kas yang relatif stabil.

Stabilitas penjualan diukur dengan melihat perbandingan antara jumlah penjualan bersih tahun yang bersangkutan (tahun ke-1) dikurangi jumlah penjualan bersih tahun

sebelumnya (tahun ke t-1) kemudian dibagi dengan jumlah penjualan bersih tahun sebelumnya (tahun ke t-1) (Sartono, 2001: 268).

Motivasi Membayar

Menurut Malthis (2001) motivasi merupakan hasrat di dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan. Sedangkan Rivai (2004) berpendapat bahwa motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai- nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Motivasi adalah sesuatu apa yang membuat seseorang bertindak (Sargent, dikutip oleh Howard, 1999).

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari bahasa latin yakni “*movere*” yang berarti menggerakkan (*to move*). Pengertian motivasi dapat pula dinyatakan sebagai proses psikologis yang terjadi karena interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi dan pemecahan persoalan. Motivasi adalah kekuatan potensial yang ada dalam diri individu yang dapat dikembangkan oleh sejumlah kekuatan luar yang dapat mempengaruhi hasil kinerjanya, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi oleh orang tersebut.

Motivasi membayar tagihan adalah kekuatan potensial yang ada dalam diri seorang debitur yang melatarbelakangi seorang debitur untuk membayar tagihannya. Motivasi ini bisa timbul dari dalam maupun luar individu. Motivasi membayar tagihan seorang debitur yang berasal dari luar debitur adalah adanya dorongan dari petugas PT. KIM, lingkungan kerja, teman atau kerabat

yang mendorongnya untuk membayar tagihan.

Identifikasi indikator – indikator motivasi membayar tagihan yang berasal dari dalam diri debitur adalah:

1. Kejujuran Debitur
2. Kesadaran Debitur
3. Hasrat untuk membayar tagihan
4. Dorongan dari petugas PT. KIM
5. Lingkungan Kerja

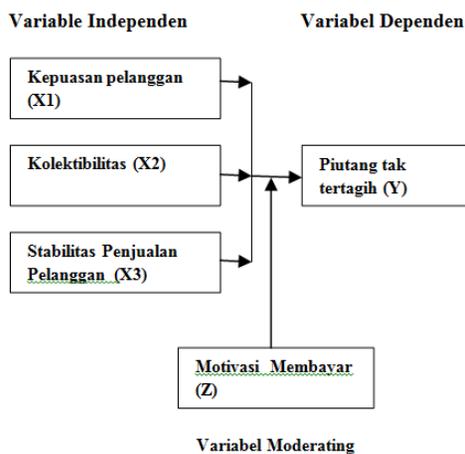
Di dalam kelompok taat membayar tagihan maka ia juga akan terdorong untuk taat membayar tagihan, begitu pula sebaliknya. Motivasi membayar merupakan hal yang melatarbelakangi seorang individu untuk berperilaku. Apabila motivasi debitur dalam memenuhi kewajiban tagihannya tinggi maka piutang tak tertagih dapat dikurangi jumlahnya.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli tersebut maka pengertian motivasi membayar adalah suatu dorongan, hasrat yang kuat serta serangkaian sikap dan nilai- nilai yang membuat seseorang bertindak untuk membayar sebagai pengganti dari barang atau jasa yang telah diterimanya.

Kerangka Konsep

Berdasarkan masalah penelitian dan landasan teori, maka kerangka konseptual peneliti dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan kerangka konseptual telah dijelaskan dan diuraikan bagaimana kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan dianggap berpengaruh terhadap piutang tak tertagih dengan motivasi membayar sebagai variabel moderating pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero).



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap piutang tak tertagih pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero).
2. Motivasi membayar dapat memoderasi hubungan antara kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan, dengan piutang tak tertagih pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk kelompok penelitian kausal (*causal*), yaitu penelitian untuk melihat hubungan beberapa variabel yang belum pasti. Umar (2008) menyebutkan desain kausal berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain, dan juga berguna bagi penelitian yang bersifat eksperimen dimana variabel independennya diperlakukan secara terkendali oleh peneliti untuk melihat dampaknya pada variabel dependennya secara langsung.

Peneliti menggunakan desain penelitian ini untuk memberikan bukti empiris dan seberapa besar pengaruh variabel kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan terhadap piutang tak tertagih dengan motivasi membayar sebagai variabel moderating pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero).

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Industri Medan 1 dan Kawasan Industri Medan 2. Peneliti memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian karena KIM 1 dan KIM 2 adalah Kawasan Industri Medan yang murni dikelola PT. KIM (Persero), sedangkan KIM 3, KIM 4, dan KIM 5 adalah lahan kerjasama dengan pihak ke tiga.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berada pada KIM 1 dan KIM 2 yang terdiri dari 230 perusahaan yang diklasifikasi berdasarkan jenis industrinya yaitu klasifikasi ekstraktif, non ekstraktif dan fasilitatif. Umar (2008) menyatakan untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat menggunakan rumus Slovin. Jumlah populasi (N) sebanyak 230 perusahaan dan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh jumlah sampel yang digunakan sebanyak 151 perusahaan. Sampel dipilih dengan pendekatan secara proporsional berdasarkan klasifikasi usahanya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang sumbernya diperoleh secara langsung sesuai aslinya dan tidak melalui media perantara, sehingga pengumpulan data yang dilakukan memakai kuesioner. Kuesioner (angket) diajukan kepada subjek penelitian untuk dijawab oleh setiap responden.

Umar (2009) menyatakan bahwa data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda (*Multiple regression analysis*) dan regresi residual. Pengujian untuk hipotesis pertama (pengujian efek pertama) menggunakan metode regresi linier berganda dan untuk hipotesis kedua (pengujian efek moderating) menggunakan analisis regresi residual. Metode ini membutuhkan dua persamaan regresi, yang pertama hanya berisi efek – efek utama, sedangkan yang kedua berisi efek utama dan efek moderatingnya. Persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Model untuk hipotesis pertama:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- b_0 : Konstanta
- b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi
- Y_1 : Piutang Tak Tertagih
- X_1 : Kepuasan Pelanggan
- X_2 : Kolektibilitas
- X_3 : Stabilitas Penjualan Pelanggan

b. Model dua untuk hipotesis kedua :

$$Z = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$|e| = \beta_0 + \beta_1Y$$

Keterangan:

- b_0 : Konstanta
- b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi
- Y : Piutang tak tertagih
- X_1 : Kepuasan Pelanggan
- X_2 : Kolektibilitas

- X_3 : Stabilitas Penjualan Pelanggan
- e : Error
- e : Regresi residual

HASIL

Berikut ini akan dijelaskan hasil penelitian yang diawali dengan pengujian kualitas data dan pengujian asumsi klasik.

Uji kualitas data dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel bernilai valid, sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner penelitian yang digunakan reliabel atau andal.

Hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas menunjukkan bahwa melalui analisis grafik, grafik histogram menggambarkan pola distribusi yang seimbang dan normal. uji statistik terbukti data residual berdistribusi normal, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi, sedangkan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji statistik F dan uji statistik t. Hasil uji statistik F dapat ditunjukkan dari nilai sig lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dapat diterima. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan, kolektibilitas, stabilitas penjualan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel piutang tak tertagih

Hasil uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t) variabel independen yang mempunyai nilai sig lebih kecil dari 0,05. Secara parsial variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap variabel piutang tak tertagih yaitu variabel kepuasan pelanggan (X_1), stabilitas penjualan pelanggan (X_3), sementara itu kolektibilitas (X_2) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel piutang tak tertagih.

Hasil koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,364 berarti variabel piutang tak tertagih hanya dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan, kolektibilitas, stabilitas penjualan pelanggan sebesar 36,4 % , sedangkan sisanya 63,6 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji residual yang dilakukan diketahui bahwa tingkat signifikansi variabel piutang tak tertagih sebesar 0,019 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi yang bernilai - 0,131 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi membayar merupakan variabel moderating yang dapat memoderasi hubungan antara variabel kepuasan pelanggan, kolektibilitas, stabilitas penjualan pelanggan dengan piutang tak tertagih.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan terhadap piutang tak tertagih pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero) dan mengetahui apakah motivasi membayar dapat memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan, kolektibilitas, stabilitas penjualan pelanggan terhadap piutang tak tertagih

PT. Kawasan Industri Medan (Persero) berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap piutang tak tertagih.
2. Kepuasan pelanggan dan stabilitas penjualan pelanggan berpengaruh positif signifikan, sedangkan kolektibilitas berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap piutang tak tertagih.
3. Motivasi membayar dapat memperkuat hubungan kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan terhadap piutang tak tertagih.

Keterbatasan dan Saran Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini hanya dapat dijadikan bahan analisis pada objek penelitian yang terbatas pada KIM I dan KIM II sehingga akan terdapat perbedaan hasil penelitian dan kesimpulan apabila penelitian dilakukan pada objek penelitian yang berbeda pada lingkup lainnya.
2. Variabel kepuasan pelanggan, kolektibilitas, dan stabilitas penjualan pelanggan dalam penelitian ini, terbatas hanya memberikan pengaruh sebesar 36,40% terhadap variabel dependen Piutang Tak Tertagih, sehingga masih ada variabel lain sebesar 63,6 % yang mungkin dapat mempengaruhi piutang tak tertagih yang tidak disertakan dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini terbatas pada persepsi atau data primer dari

perusahaan (tenant) yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Melihat keterbatasan penelitian saat ini maka saran penelitian ini adalah:

1. Penelitian selanjutnya supaya proses pengumpulan data dapat dilakukan secara menyeluruh pada responden yang ada di PT. KIM yaitu KIM I, KIM II, KIM III, KIM IV dan KIM V. Hal ini bertujuan supaya hasil penelitian dapat menggambarkan hasil yang mewakili seluruh Kawasan Industri Medan.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel - variabel lainnya seperti variabel likuiditas keuangan pelanggan dan variabel pengendalian intern yang dapat mengurangi piutang tak tertagih pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero).
3. Peneliti selanjutnya disarankan agar juga melakukan wawancara dan kuesioner kepada perusahaan yang memiliki hutang bukan hanya sebatas yang memiliki piutang.

DAFTAR PUSTAKA

Bambang, Riyanto, 2001. Dasar – dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.

Bedjo Siswanto, 2000. Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Administratif dan Operasional. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.

Bambang, Pamungkas. dan Oktarina, Silvi, 2006. Peranan Sistem Dan Prosedur Penjualan Terhadap Efektivitas Pengendalian Intern Piutang Studi Kasus pada PT. Sinar Sosro Cabang Bogor,

Jurnal Ilmiah Ranggagading Vol.6 No.2., Edisi Oktober 2006. Bogor.

Erlina, 2008, Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi: 2, USU Press, Medan.

Gitosudarmo, Indriyo dan Basri, 2002. Manajemen Keuangan, Edisi Keempat BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.

Gibson, et al, 1995, Organisasi dan Manajemen, Edisi ke empat, Jakarta: Erlangga.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Gaffar, Hafiz, 1998. Hubungan Faktor Penggunaan Jaa dan Pemberi Jasa dengan Piutang tak tertagih Frisian Jaminan Pribadi di Unit Rawat Inap RS Jantung “Harapan Kita” Jakarta, Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta.

Haryono, 2004. Manajemen Sumber Daya lanjutan, Jakarta.

Hastoni dan Andi Nugraha. Penerapan Sistem Pengendalian Intern Dalam Meminimalkan Kredit Macet Studi Kasus PT.Sinar Sosro Kp.Sawanagan, Jurnal Ilmiah Ranggagading Vol.6 No.1, Edisi April 2006 : 24 – 30 , ISSN: 1411 - 9552

Hastoni dan Suhendra. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Penerimaan Pembayaran Piutang sebagai Alat Keputusan Pemberian Kredit Studi Kasus pada PT. JSK, Jurnal Ilmiah Ranggagading Vol 7 No.1, Edisi April 2007 : 14-18, ISSN : 1411 – 9552.

- Hery, 2013. Pengantar Akuntansi 1. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2013. Jakarta.
- Herzberg Frederick, B. Mausner, dan B. Synderman, *The Motivation to Work*. John Wiley & Sons, 1959. New York.
- Hongren, Charles T, Walter T. Harrison dan Linda Smith Bamber, 2006. Akuntansi. Edisi ke enam. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Iriyadi dan Diananingsih, Peranan Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Kaitannya Dengan Kolektibilitas Piutang Pada PT. Millenium Pharmacon International Tbk, *Jurnal Ilmiah Ranggagading* Vol.6 No.2, Edisi Oktober 2006 : 69 – 74, ISSN : 1411 – 9552.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Keiso, dan J.J.Weygandt. 2002. *Intermediate Accounting*, Edisi Kesepuluh. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lubis, Ade Fatma 2012, *Pedoman Penulisan Proposal dan Tesis*, Program Magister Akuntansi Sekolah Pascasarjana USU Press, Medan.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2005. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung Penerbit PT. Refika Aditama
- Munawir, Mochtar 2001. *Akuntansi Keuangan*. Penerbit Gramedia; Jakarta
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Edisi Keempat. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mukhsinati, Sari, 2013. *Analisis Faktor – faktor Penyebab Terjadinya Kredit Macet pada Bank “X” di Kabupaten Jember*, Tesis, Universitas Jember, Jawa Timur.
- M. Munandar. 2006. *Pokok – pokok Intermediate Accounting*. Gadjah Mada University Press; Yogyakarta
- Mahmudi, 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Yogyakarta; Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Nazir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Niswonger, C. Rollin. 1999. *Prinsip – prinsip Akuntansi*. Edisi 19. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Putri, Jayanti, Hartono. 2012. *Faktor – faktor yang mempengaruhi Piutang Tak Tertagih pada PT. SF Group*, Tesis, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Putra, Cokorda, Gde, Dharma, 2011. *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Kabupaten Jembrana*, Tesis, Universitas Udayana, Denpasar.
- Robinette, S. 2003. *Emotion marketing: The hall Mark Way of Winning Customer for Life*. New York: McGraw Hill Book Company.
- Robbins, Stephen. P, 2006. *Perilaku Organisasi* (alih bahasa Drs. Benjamin Molan), edisi Bahasa Indonesia, Klaten : PT. Intan Sejati
- Rivai, Veithal, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Edisi Kedua. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Simamora, Henry, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta ; STIE YKPN

- S.R.Soemarso, 2009. Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Kelima. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Sedarmayanti. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil. PT. Bandung : Refika Aditama.
- Syamsir Torang. 2012. Metode Riset Struktur dan Perilaku Organisasi. Bandung : Alfabeta
- Sitompul, Dinar Frenica, 2006. Analisis Sistem Informasi Pengelolaan Piutang untuk Meminimal Piutang Tak Tertagih pada PT. Federal International Finance Cabang Pekan Baru, Tesis, Universitas Pekan Baru, Pekan Baru.
- Tohardi, Akhmad, 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*, Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy (2005). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2008. Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Van, Horne 2005. *Accounting Economics. Translation* Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum ; Jakarta.
- Warren, Reeve and Fess, Accounting: Pengantar Akuntansi, Terjemahan Aria Fahmita, Amanugrahani, dan Taufik Hendrawan, Edisi 21, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta 2005.