

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan temuan fakta dari penelitian yang telah diuraikan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yakni sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis penelitian dan uji hubungan memperlihatkan adanya hubungan yang positif antara efektivitas manajemen piutang dengan volume penjualan. Hasil perhitungan uji liliefors menunjukkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Dari hasil uji keberartian regresi dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan antara manajemen piutang dengan volume penjualan adalah linier atau berarti yang artinya semakin baik manajemen piutang maka semakin tinggi pula tingkat volume penjualan. Demikian juga sebaliknya semakin rendah efektivitas manajemen piutang maka semakin rendah pula tingkat volume penjualan.
2. Hasil perhitungan data hasil kuesioner manajemen piutang rata-rata skor indikator evaluasi calon pelanggan menempati nilai tertinggi, kemudian disusul dengan indikator pembatasan pemberian piutang, serta standar kredit.
3. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi diketahui bahwa Volume Penjualan ditentukan oleh efektivitas Manajemen Piutang.

## **B. Implikasi**

Adapun implikasi dari penelitian ini adalah :

1. Implikasi yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel X dan variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen piutang ternyata mempunyai pengaruh terhadap naik turunnya volume penjualan perusahaan.
2. Dengan manajemen piutang, maka perusahaan dapat mengevaluasi calon debitur, serta dapat memantau piutang-piutang mereka dari para debitur, dan dapat dengan mudah melakukan tindakan-tindakan pencegahan bila terjadi piutang yang tidak dapat tertagih. Sehingga pada akhirnya perusahaan dapat menjaga kestabilan operasional perusahaan terutama mengenai volume penjualan. Namun perusahaan tidak perlu terlalu ketat dalam mengevaluasi calon pelanggan, karena hal itu akan menyebabkan manajemen piutang menjadi tidak efektif, sehingga akan berdampak pada penurunan tingkat penjualan.
3. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk mengefektifkan volume penjualan dengan cara mengendalikan manajemen piutang mereka disamping faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan.
4. Melihat besarnya pengaruh manajemen piutang terhadap volume penjualan, maka sudah seharusnya perusahaan memperhatikan piutang-piutang mereka dari para debitur untuk melunasi piutang mereka, terutama dalam hal efektivitas kebijakan pengumpulan piutang seperti pembayaran kredit yang dapat dilakukan melalui bank, adanya diskon pada saat hari-

hari besar nasional, serta memperhatikan kebijakan dalam hal syarat pembayaran seperti pemberian potongan bagi pelanggan yang melunasi piutang lebih awal dari waktu yang ditetapkan. Karena transaksi piutang akan menambah volume penjualan perusahaan terutama pada aktivitas operasional perusahaan.

5. Dalam aktivitas perusahaan, perusahaan perlu melakukan manajemen piutang mereka. Ini dikarenakan terjadinya peningkatan volume penjualan dipengaruhi manajemen piutang sebesar dua puluh enam koma lima lima persen. Sedangkan tujuh puluh tiga koma empat lima persen dipengaruhi oleh faktor lain seperti penetapan harga jual yang tepat, strategi pemasaran yang efektif, kualitas barang produksi yang bermutu, jumlah persediaan produk yang mencukupi, serta penjualan yang dilakukan secara kredit.
6. Kewaspadaan perusahaan dalam mengendalikan piutangnya harus diperhatikan apabila adanya penambahan pelanggan baru.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi diatas, peneliti memberi beberapa saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya perusahaan dapat menciptakan efektivitas manajemen piutang dengan cara lebih memperhatikan bentuk kebijakan pengumpulan piutang dan syarat pembayaran dalam melakukan transaksi, sehingga pelanggan akan lebih tertarik untuk segera melunasi piutangnya tanpa merasa segan untuk melakukan transaksi kembali dikemudian hari.

2. Selain manajemen piutang perusahaan harus memperhatikan faktor lain agar dapat mengefektifkan volume penjualan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan populasi yang lebih banyak atau menambah variabel lain yang menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap volume penjualan seperti strategi pemasaran, penetapan harga jual, serta kualitas barang barang yang diproduksi.