

Analisis Peranan Cashback Dalam Upaya Meningkatkan Efektifitas Pengendalian Umur Piutang

by Kusni Hidayati

Submission date: 01-Sep-2020 02:29PM (UTC+0700)

Submission ID: 1377477383

File name: lam_Upaya_Meningkatkan_Efektifitas_Pengendalian_Umur_Piutang.pdf (262.06K)

Word count: 3028

Character count: 17550

1
**ANALISIS PERANAN CASHBACK DALAM UPAYA
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENGENDALIAN UMUR
PIUTANG PADA CV. MASTER MAT SURABAYA**

2
Heni Puji Lestari, Kusni Hidayati, Ali Rasyidi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Surabaya
heni_fuzzy@yahoo.com

1
ABSTRAK

Penelitian ini tentang analisis peranan cashback dalam upaya meningkatkan efektivitas pengendalian umur piutang pada CV. Master Mat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaksimalkan penerimaan piutang sesuai jatuh tempo dan meminimalkan piutang tak tertagih. Untuk tujuan tersebut perusahaan memberlakukan sistem *cashback* untuk pengendalian piutangnya. Diharapkan dengan adanya *cashback*, pelanggan lebih sportif dalam melunasi kewajibannya. Hasil dari penelitian ini, penagihan piutang pada CV. Master Mat telah dilakukan dengan baik, terbukti dari data pelunasan piutang tahun 2014 pelanggan yang melunasi tepat waktu 15,53%, meningkat di tahun 2015 menjadi 28,24% dan terus meningkat di tahun 2016 dengan prosentase mencapai 54,46%. Ini menyatakan bahwa program cashback cukup efektif dalam upaya pengendalian umur piutang.

Kata kunci: pengendalian umur piutang, efektivitas, *cashback*

ABSTRACT

This study analyzes the role of cashback in order to increase the effectiveness of controlling aging of receivables at CV. Master Mat. The purpose of this study was to maximize the appropriate maturity receivables and minimize bad debts. For this purpose the company imposed a cashback system for the control of its receivables. Hopefully, by the cashback, customers are more casual in meeting their obligations. The results of this study, collection of accounts receivable at CV. Master Mat has done well, settlement of account receivable is evident from the data of 2014 customers timely repay the 15,53% increase in 2015 to 28,24% and continues to increase in 2016 with the percentage reached 54,46%. As evidenced by an increase in payment in accordance maturity reaches from the analysis, it can be concluded that the cashback program quite effective in controlling aging.

Keywords: controlling aging of receivables, effectiveness, cashback.

PENDAHULUAN

Dengan menjual secara kredit, perusahaan menghadapi resiko seperti tidak tertagihnya sejumlah piutang bahkan beberapa pelanggan tidak membayar utangnya. Kemungkinan kegagalan menagih pelanggan merupakan tantangan besar dalam

akuntansi untuk piutang. CV. Master Mat, merupakan sebuah perusahaan Dalam bidang usaha distributor dan *retail* karpet. CV. Master Mat juga mengadakan program *Cashback* dalam pengendalian umur piutangnya dengan ketentuan, Jika pembayaran tidak lebih dari T.O.P yang telah ditetapkan oleh perusahaan maka customer berhak mendapatkan *Cashback* 1% dari nilai faktur. Program *cashback* ini diadakan oleh CV. Master Mat sejak awal tahun 2015. Program ini diadakan dengan harapan pengendalian umur piutang bisa sesuai dengan keberhasilan T.O.P terhadap umur piutang yang ditetapkan CV. Master Mat. Seperti halnya yang terjadi pada perusahaan dagang lainnya, CV. Master Mat juga memiliki kendala dalam penagihan piutang terhadap keberhasilan T.O.P yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, dalam penelitian ini penulis mencoba untuk meneliti lebih jauh mengenai analisis peranan *cashback* dalam upaya meningkatkan efektifitas pengendalian umur piutang pada CV. Master Mat.

Rumusan Masalah

Bagaimana analisis peranan *cashback* dalam upaya meningkatkan efektifitas pengendalian umur piutang pada CV. Master Mat?"

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk Mengetahui peranan *cashback* dalam upaya meningkatkan efektifitas pengendalian umur piutang pada CV. Master Mat.

TINJAUAN PUSTAKA

Hasil dari penelitian Hartati (2009) yang berjudul Analisis Sistem Pengendalian Internal Piutang Usaha Pada PT. SFI). Penelitian ini membahas tentang sistem pengendalian internal piutang usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis terhadap prosedur kerja, mulai dari mendapat calon debitur sampai pelunasan piutang usaha pada PT. SFI diketahui bahwa manajemen perusahaan memberikan perhatian baik terhadap pengendalian intern piutang usaha, baik dari segi pengelolaan hingga pengawasan piutang usaha tersebut.

Penelitian Riwayati (2013) dengan judul "Analisis Pengendalian Piutang Terhadap Resiko Piutang Tak Tertagih pada PT. Bintang Colombia. Penelitian ini

membahas tentang pengendalian piutang. Hasil penelitian ini adalah pengendalian piutang pada PT. Bintang Colombia telah berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan jumlah piutang tak tertagih sebesar 2,58% pada tahun 2011 dan pada tahun 2012 sebesar 2,66% dari jumlah piutangnya.

8 Sistem Penjualan Kredit

Mulyadi (2016:167) penjualan dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan *order* yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Untuk menghindari tertagihnya piutang, setiap penjualan kredit yang pertama kali kepada seorang pembeli selalu didahului dengan analisis terhadap kelayakan pemberian kredit kepada pembeli tersebut.

Piutang

Ikatan Akuntansi Indonesia dalam PSAK No. 9 mendefinisikan piutang sebagai berikut: “Piutang usaha meliputi piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan”. PSAK no 55 (Revisi 2011) Paragraf 39 yang dimaksud piutang sebagai berikut: “Pinjaman yang diberikan dan piutang adalah aset keuangan nonderivatif dengan pembayaran yang telah ditetapkan atau pembayaran yang dapat ditentukan (termasuk aset pinjaman yang diberikan, piutang dagang, investasi dalam instrumen utang, dan simpanan pada bank) dapat berpotensi untuk memenuhi definisi pinjaman yang diberikan dan piutang”.

Kebijakan dan Prosedur Penagihan

Horne dan Wachowicz (2012:310) perusahaan **5** menentukan kebijakan penagihan keseluruhannya dengan menggabungkan berbagai prosedur penagihan yang diterapkannya. Prosedur-prosedur ini meliputi berbagai hal seperti surat, facsimile, panggilan telephone, kunjungan pribadi dan tindakan hukum. Salah satu variabel kebijakan utama adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk prosedur penagihan. Dengan kata lain, semakin besar jumlah relatif yang dikeluarkan, semakin rendah proporsi kerugian akibat piutang tak tertagih, dan semakin pendek periode rata-rata penagihan, jika semua hal lainnya tetap sama.

6 Dalam pengumpulan piutang perusahaan haruslah berhati-hati agar tidak terlalu agresif dalam usaha-usaha menagih piutang dari para pelanggan. Bilamana pelanggan tidak dapat membayar tepat pada waktunya maka sebaiknya perusahaan menunggu sampai jangka waktu tertentu yang dianggap wajar sebelum menerapkan prosedur-prosedur penagihan piutang yang sudah ditetapkan. Kebijakan penagihan piutang merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mengumpulkan piutang atas penjualan kredit yang diberikannya dalam waktu yang singkat.

2 **Cashback**

Cashback adalah bentuk potongan harga jual untuk pelanggan yang perlakuannya dibelakang, dan dalam bentuk sejumlah rupiah. Perlakuan potongan dibelakang maksudnya setelah pembelian melakukan pembayaran tunai ataupun down payment (untuk pembelian kredit) dan kadang disertai syarat tertentu. Dalam usaha perdagangan adanya transaksi penjualan kredit yang akan mengakibatkan adanya akun piutang, banyak sekali program program yang ditawarkan oleh perusahaan untuk melancarkan salah satu sumber pendapatan yang berasal dari piutang ini. Salah satunya adalah *cashback* yang dapat diartikan sebagai salah satu program perusahaan, dimana perusahaan akan mengembalikan sejumlah uang tertentu atas transaksi piutang yang telah dilakukan oleh customernya.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Dalam Penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif, artinya penelitian dilakukan pada obyek alamiah, yaitu obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan dengan pihak-pihak yang terkait. Dalam hal ini Manager Finance Accounting, Manager Sales Marketing, dan staf accounting AR.

2. Data Sekunder

Merupakan data dari sumber tertulis, baik dari buku-buku literatur maupun dokumen-dokumen serta laporan-laporan yang diperoleh dari CV. Master Mat.

³ **Teknik Pengumpulan Data**

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Survey pendahuluan

Penulis membaca laporan penjualan kredit, daftar umur piutang, dan data customer CV. Master Mat pada tahun 2014 - 2015 dan melakukan kunjungan awal ke perusahaan.

2. Studi kepustakaan

Dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari buku-buku dan literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

3. Survey Lapangan

Yaitu survey lanjutan yang dilakukan secara lebih mendalam dengan cara mengamati secara langsung pada perusahaan yang menjadi subjek penelitian.

Survey lapangan terdiri dari:

- a. Interview/Wawancara
- b. Observasi
- c. Dokumentasi.

PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

CV. Master Mat merupakan perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang distribusi dan *retail*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2002 dengan pendiri Bapak Lauw Tek sebagai direksi perusahaan, yang berdomisili di Jalan Ketupa No. 40 Surabaya. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan *retail*, CV Master Mat selalu mengutamakan kualitas barang dagang serta *service* yang baik dan

ramah terhadap para pelanggannya. Barang dagang CV. Master Mat berupa karpet, keset, PVC Roll, dll yang penjualannya dilakukan secara tunai dan kredit..

Pengajuan Kredit

CV. Master Mat merupakan perusahaan yang menjual barang secara tunai dan kredit. Sebagian besar penjualannya dilakukan secara kredit. Proses dan persyaratan dalam memberikan kredit adalah sebagai berikut:

1. Mengisi form KIP (kartu identitas pelanggan) oleh *sales* atau *customer* yang berisi:
 - a. Identitas Toko
 - b. Identitas pemilik toko
 - c. Kartu ID dan limit
 - d. Tanda tangan (ditandatangani oleh *sales*, calon *customer*, *sales* manager dan direksi)
2. Form yang sudah di isi lengkap, dikirimkan ke Admin *Sales* oleh *sales* via email
3. Admin *sales* mengajukan data KIP tersebut ke direktur untuk mendapat persetujuan kredit dan mendapatkan limit kredit.
4. Setelah mendapat persetujuan dari direktur, form KIP diserahkan ke staff finance untuk keperluan pencatatan data calon *customer*.
5. Staff *finance* menginformasikan persetujuan kredit dan batas limit yang diajukan kepada *sales*.
6. Proses order akan dilakukan.

Proses sales order

Order yang diterima dari pelanggan akan diproses jika,

1. *Sales order* tidak melebihi kredit limit yang diberikan
2. Pelanggan yang *order* sebelumnya tidak mempunyai piutang yang melebihi batas jatuh tempo.

Timelock dan Valuelock

1. *Timelock* adalah kondisi dimana *invoice* pelanggan melewati batas waktu yang ditentukan, *invoice* dinyatakan *timelock* apabila umur piutang 60 hari untuk wilayah pulau jawa dan 75 hari untuk wilayah luar pulau jawa. sehingga

sistem secara otomatis tidak dapat memproses *order* baru. *Order* baru akan diproses setelah piutang yang *timelock* dilunasi.

2. *Valuelock* adalah kondisi dimana nominal rupiah *order* yang diterima dari pelanggan melebihi batas limit yang diberikan. Dalam hal ini, *sales order* dapat di proses hanya apabila direktur menyetujui pengajuan kenaikan limit dari pihak *finance*. Jika disetujui, maka *sales order* dapat diproses, jika tidak *finance* akan konfirmasi ke pihak pelanggan mengenai hal tersebut.

Ketentuan pembayaran

Customer akan diberikan limit kredit pengambilan barang dimana jumlahnya telah diatur sesuai dengan limit yang diterima. *Customer* diberikan ketentuan pembayaran (*term of payment*) 30 hari untuk wilayah dalam pulau jawa dan 45 hari untuk luar pulau jawa dihitung dari tanggal cetak *invoice*.

Penagihan

Informasi mengenai piutang *customer* akan di *update* secara berkala kepada seluruh *customer* CV. Master Mat dengan cara pengiriman SMS otomatis dengan periode:

1. Hari H-7 dari TOP untuk informasi *cashback* 1%
2. Hari H dari TOP, pemberitahuan hari terakhir jatuh tempo dan terakhir mendapatkan *cashback* 1%
3. Hari H+14, untuk pemberitahuan keterlambatan pembayaran.

Jika langkah SMS masih belum mendapat respon dari pelanggan, CV. Master Mat melakukan penagihan via *telephone* dan jika belum ada respon *sales* yang bersangkutan akan berkunjung ke pelanggan tersebut.

Ketentuan *cashback*

1. *Cashback* diberikan kepada pelanggan yang kredit dengan limit *zyrcon* (pembelian maksimal 5.000.000), *sapphire* (pembelian maksimal 10.000.000), *emerald* (pembelian maksimal (pembelian maksimal 25.000.000), *ruby* (pembelian maksimal 50.000.000), *Jade* (pembelian maksimal 75.000.000), *silver diamond* (pembelian maksimal 100.000.000), dan *black diamond* (pembelian diatas 100.000.000).

2. *Cashback* diberikan kepada pelanggan apabila pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan tidak melebihi batas jatuh tempo (30 hari untuk wilayah pulau jawa dan 45 hari untuk luar pulau jawa).
3. *Cashback* tidak bisa dipotongkan faktur secara langsung.
4. *Cashback* akan dikembalikan ke rekening pelanggan paling lambat 1 minggu setelah pembayaran diterima oleh perusahaan.
5. Transfer *cashback* dilakukan pada hari rabu dan jum'at disesuaikan dengan waktu pada saat penerimaan pelunasan dari pelanggan.
6. *Cashback* juga dapat dibayarkan apabila hari atau tanggal jatuh tempo pembayaran jatuh pada hari libur (sabtu, minggu atau hari libur lainnya) diakumulasikan pada saat hari selanjutnya (hari aktif transaksi bank) misal jatuh tempo hari sabtu atau minggu, *cashback* dapat dibayarkan apabila pelanggan membayar pada hari senin (hari efektif transaksi bank).

**Tabel 1. Data Penjualan & Piutang 1 Januari s/d 31 Desember 2014
CV. Master Mat (Dalam rupiah)**

Keterangan	Penjualan kredit	Total Pelunasan Piutang	Pelunasan Tepat waktu	Pelunasan lewat jatuh tempo	Piutang belum lunas
Nilai	19,005,146,610	15.816.922.841	2,950,771,991	12,866,150,850	3.188.223.768
Prosentase	100%	83.22%	15.53%	67.70%	16.78%

Sumber: CV. Master Mat (2014)

Tabel 1 menunjukkan total piutang dari penjualan kredit senilai Rp. 19.005.146.610 dan nilai pelunasan piutang Rp. 15.816.922.841. dapat dilihat bahwa pelunasan piutang dari pelanggan yang tepat waktu senilai Rp. 2.950.771.991 atau kurang lebih 15,53%, sementara pelunasan yang melebihi jatuh tempo adalah senilai Rp. 12.866.150.850. dan sisa tagihan piutang belum lunas Rp. 3.188.223.768. dapat dikatakan bahwa pelunasan melewati batas jatuh tempo tergolong sangat tinggi mencapai 67,70.

**Tabel 2. Data pelunasan piutang & *Cashback* 2015 CV. Master Mat
(Dalam Rupiah)**

Bulan	Pelunasan Piutang		Pelunasan tepat waktu		Cashback Terbayar	Prosentase Cashback
	Jumlah	Prosentase	Cashback	Non Cashback		
Januari	1,748,629,015.00	7.50%	-	496.947.531	-	-
Februari	1,752,300,171.50	7.52%	-	639.747.186	-	-
Maret	1,523,316,855.00	6.54%	22,468,870	450.004.840	24,689	1.22%
April	1,985,429,929.00	8.52%	253.624.725	-	2.536.247	12.01%
Mei	1,840,180,337.50	7.90%	454.587.324	-	4.545.873	26.24%
Juni	2,205,042,580.00	9.46%	664.488.650	-	6.644.887	28.96%
Juli	1,897,213,828.00	8.14%	555.487.125	-	5.554.871	29.44%
Agustus	2,163,536,333.00	9.28%	537.386.650	-	5.373.867	25.96%
September	2,054,357,291.00	8.81%	846.310.725	-	8.463.107	41.85%
Oktober	2,116,527,670.00	9.08%	1.087.014.010	-	10.870.140	52.62%
November	2,066,423,124.00	8.87%	1.160.464.640	-	11.604.646	55.67%
Desember	1,953,138,869.00	8.38%	1.089.121.784	-	10.891.218	55.13%
	23,306,096,003.00	100%	6.670.954.503	1.586.699.557	66.709.545	28.24%

Sumber : CV. Master Mat (2015)

Dari Tabel 2, diketahui bahwa program *cashback* di adakan sejak bulan Maret 2015, di bulan Maret nilai *cashback* yang dibayar perusahaan kepada pelanggan hanya 1,22% dari nilai pelunasan piutang yang diterima, namun mengalami peningkatan pada bulan-bulan berikutnya, dengan adanya *cashback* pelunasan piutang sesuai termin menjadi lebih efektif dan meningkat berkisar sampai dengan 55,13% pada bulan Desember 2015. Meski demikian, jika ditotal pelunasan piutang selama setahun secara keseluruhan dengan nilai pelunasan Rp. 23.306.096.003 dan penerimaan tidak melebihi jatuh tempo senilai Rp. 8.257.654.060 dari tabel diatas diketahui bahwa hanya 28,24% dari total pelunasan yang mengejar *cashback*. Hal ini

dikarenakan total penerimaan yang diterima bulan Maret sampai dengan September 2015 hanya berkisar 1% sampai 41,85% saja pelanggan yang menggunakan *cashback*.

**Tabel 3. Data Pelunasan Piutang 2016 CV. Master Mat
(Dalam Rupiah)**

Bulan	Pelunasan Piutang		Pelunasan tepat waktu	Cashback Terbayar	Prosentase Cashback
	Jumlah	Prosentase			
Januari	1,417,239,984.00	11.19%	551.478.567,00	5.514.785,67	38.91%
Februari	2,093,253,905.00	16.53%	1.226.659.066,00	12.266.590,66	58.60%
Maret	3,441,049,735.00	27.17%	2.182.414.834,00	21.824.148,34	63.42%
April	2,837,246,925.00	22.40%	1.455.542.579,50	14.555.425,80	51.30%
Mei	2,877,353,347.00	22.72%	1.482.098.428,00	14.820.984,28	51.51%
	12.666.143.896,00	100%	6.898.193.474,50	68.981.934,75	54.46%

Sumber: CV. Master Mat (2016)

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari total pelunasan piutang periode Januari sampai dengan Mei 2016 dengan nilai pelunasan Rp. 12.666.143.896 dan pelunasan tidak melebihi jatuh tempo senilai Rp. 6.898.193.474,50 mencapai 54,46%, meningkat jika dibandingkan dengan pelunasan tahun 2014 dan 2015. Dapat dikatakan bahwa *cashback* cukup efektif dalam upaya meningkatkan efektifitas pengendalian umur piutang.

SIMPULAN

Program *cashback* yang diadakan oleh perusahaan untuk efektifitas pengendalian piutangnya sudah berjalan dengan baik, namun belum maksimal. Prosedur mengenai syarat pembayaran dan kebijakan mengenai pengelolaan piutang harus lebih ditekankan lagi kepada pelanggan, serta komunikasi yang baik dari bagian penagihan sehingga dapat membantu agar pelanggan dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Data piutang 2014 dengan nilai piutang Rp. 19.005.146.610 yang membayar tidak melebihi batas jatuh tempo hanya senilai Rp. 2.950.771.991 sementara yang melakukan pembayaran melebihi batas jatuh tempo senilai Rp. 12.866.150.850 dan sisanya merupakan piutang belum lunas, sisa piutang tersebut menjadi saldo awal piutang pada tahun 2015 Rp. 3.188.223.768 dan dilunasi pada tahun 2015. Sedangkan pada tahun 2015 dengan nilai pelunasan Rp. 20,117,867,074 yang membayar sesuai jatuh tempo Rp. 8,002,201,336. Kemudian terus meningkat pada tahun 2016 dengan total pelunasan piutang Rp. 12.666.143.896 pembayaran tepat waktu Rp. 6.898.193.474,50 dengan prosentase 54,46%. dalam hal ini, pengendalian piutang sudah dikelola dengan baik, terbukti dengan angka pelunasan melebihi jatuh tempo pada tahun 2014 yang rendah, dan meningkat pada tahun 2015 serta terus meningkat pada tahun 2016.

DAFTAR PUSTAKA

- Donald E. Kieso, Jerry J. Weygandt and Teery D. Warfield, 2008. *Akuntansi Intermediate*, Jilid 1, Edisi 12, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Halim, Abdul. 2010. *Manajemen Keuangan Bisnis*, penerbit Ghalia Indonesia
- Hartati, Dian. 2009. *Analisis Sistem Pengendalian Internal Piutang Usaha Pada PT. SFI*, Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2011. *ED PSAK No. 55 (Revisi 2011)*. Salemba Empat. Jakarta.
- James C. Van Horne, John M. Wachowicz, JR. 2012. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, Edisi 13-buku 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyadi, 2016, *Sistem Akuntansi*, Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Poerwanto, Hendra 2012. Retrieved March 13, 2016. From <https://sites.google.com/site/penganggaranperusahaan/anggaran-piutang/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-piutang>

- 7
Riwayati, Sri. 2013. *Analisis Pengendalian Piutang Terhadap Resiko Piutang Tak Tertagih pada PT. Bintang Colombia*, Fakultas Ekonomi. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Saputri. 2011. *Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Piutang Terhadap Kelancaran Penerimaan Piutang Pada Koperasi Karyawan Omedata*. Pendidikan Ekonomi UPI.
- Sitanggang J.P, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, 2012. Mitra Wacana Media.
- Walter T. Harrison JR, Charles T. Horngren, C. William Thomas and Themis Suwardi, 2012. *Akuntansi Keuangan edisi IFRS*, Jilid 1, Edisi 8, penerbit Erlangga, Jakarta.

Analisis Peranan Cashback Dalam Upaya Meningkatkan Efektifitas Pengendalian Umur Piutang

ORIGINALITY REPORT

26%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

fe.ubhara.ac.id

Internet Source

11%

2

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

3%

3

thesis.binus.ac.id

Internet Source

2%

4

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

2%

5

repository.ipb.ac.id

Internet Source

2%

6

repository.unhas.ac.id

Internet Source

2%

7

eprints.radenfatah.ac.id

Internet Source

2%

8

eprints.umm.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%