JURNAL ILMIAH AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESATUAN
BOGOR

Nama	:	NIA KURNIASIH
NRP	:	10210083
Program Studi	:	AKUNTANSI
Judul penelitian :		TINJAUAN ATAS SISTEM PENJUALAN KREDIT DAN PENGARUHNYA TERHADAP PIUTANG TAK TERTAGIH PADA PT MILKO BEVERAGE INDUSTRY BOGOR
Dosen Pembimbing	:	H. AMING TIRTA, SE., MM.
Hari/Tanggal	:	SENIN 27 AGUSTUS 2012
Waktu	:	09.00-10.00 WIB
Tempat	:	KAMPUS STIE KESATUAN

PENDAHULUAN

Pada perusahaan dagang, strategi penjualan merupakan hal yang sangat penting untuk dilaksanakan. Hal tersebut harus dirancang untuk menarik minat pembeli, sehingga dapat meningkatkan permintaan atas barang/produk yang dijual. Oleh karena itu, strategi penjualan harus disusun dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Strategi penjualan yang digunakan oleh suatu perusahaan dagang akan mempengaruhi besarnya penjualan dan laba yang akan diperoleh. Beberapa perusahaan menggunakan sistem penjualan tunai, dan sebagian lainnya menggunakan sistem penjualan kredit. Namun ada pula yang mengkombinasikan keduanya, tergantung kebijakan pihak manajemen.

Sistem penjualan kredit dilakukan untuk menarik minat pelanggan. Karena dengan sistem penjualan kredit, pelanggan dapat menggunakan modal yang dimilikinya untuk kepentingan usaha lainnya, sehingga pelanggan dengan kemampuan finansial rendah pun dapat tetap menjalankan usahanya.

Akan tetapi, penjualan kredit yang melibatkan dua pihak ini (pihak kreditur dan debitur) akan menimbulkan piutang bagi pihak kreditur, sehingga kreditur memiliki hak penagihan piutang terhadap debitur (pelanggan). Jika piutang tidak dibayarkan atau terjadi kemungkinan pelanggan gagal bayar atau bangkrut, maka akan mengakibatkan munculnya piutang tak tertagih, hal ini disebabkan karena dalam transaksi kredit ini ada tenggang waktu sebelum pelunasan hutang. Oleh karena itu, untuk mengatasi terjadinya piutang tak tertagih, maka diperlukan pengawasan dan pengendalian yang ketat terhadap piutang untuk menghindari terjadinya kerugian yang cukup besar, baik dengan cara memperketat syarat-syarat kredit maupun ketegasan dalam penagihan.

PT Milko Beverage adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan perdagangan minuman berbahan dasar susu segar dan memasarkannya ke berbagai daerah. PT Milko Beverage menerapkan sistem penjualan tunai dan sistem penjualan kredit. Akan tetapi, penjualan kredit tersebut kerap menimbulkan piutang tak tertagih bagi PT Milko Beverage. Hal ini dikarenakan banyak pelanggan yang tidak membayar kewajibannya.

Penyimpangan yang terjadi antara tujuan dilaksanakannya sistem penjualan kredit untuk meningkatkan aktiva perusahaan dengan masalah timbulnya piutang tak tertagih yang semakin meningkat, menimbulkan suatu pertanyaan mengenai apakah sistem penjualan kredit memiliki hubungan terhadap munculnya piutang tak tertagih. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian pada PT Milko Beverage dengan judul “Tinjauan atas Sistem Penjualan Kredit dan Pengaruhnya Terhadap Piutang Tak Tertagih pada PT Milko Beverage Industry Bogor”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah sistem penjualan kredit yang diterapkan oleh PT Milko Beverage Industry Bogor?
2. Bagaimanakah prosedur pengendalian piutang pada PT Milko Beverage Industry Bogor?
3. Bagaimanakah kebijakan akuntansi atas piutang tak tertagih dan penyajiannya dalam laporan keuangan

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem penjualan kredit yang diterapkan oleh PT Milko Beverage Industry Bogor
2. Untuk mengetahui prosedur pengendalian piutang pada PT Milko Beverage Industry Bogor
3. Untuk mengetahui kebijakan akuntansi atas piutang tak tertagih dan penyajiannya dalam laporan keuangan

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Penjualan Kredit

Sedangkan menurut Eti Rochaety (2011) sistem adalah suatu urutan yang terdiri dari dua atau lebih komponen atau suatu subsistem yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem adalah suatu urutan atau gabungan beberapa komponen yang membentuk jaringan prosedur untuk mencapai suatu tujuan.

Pengertian penjualan menurut Swasta (2005: 140) yaitu ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu proses dan cara untuk mempengaruhi orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan berdasarkan harga yang telah disepakati.

Menurut La Midjan dan Susanto (2003: 7) penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan dengan tenggang waktu rata-rata lebih dari satu bulan.

Pengertian penjualan kredit menurut Aliminsyah (2003: 77) adalah penjualan dengan perjanjian bahwa pembayaran barang bisa dilakukan beberapa waktu setelah barangnya diterima atau dibayar kontan.

Dalam penjualan kredit jika order dari pelanggan telah dipenuhi dengan pengiriman barang atau penyerahan jasa, untuk jangka waktu tertentu perusahaan memiliki piutang kepada pelanggannya

Dokumen Terkait

Menurut James A. Hall (2004) dalam buku *Accounting information Systems*, dokumen-dokumen yang digunakan dalam sistem penjualan kredit antara lain:

1. Formulir Pemesanan (*Order Form*)
2. Surat Pesanan Pelanggan (*Purchase Order/PO*)
3. Surat Permintaan Penjualan (*Sales Order/SO*)
4. Surat pengiriman/Surat Jalan (*Delivery Order*)
5. Surat Permintaan Pengeluaran Barang (SPB)
6. Faktur (*Invoice*)

Fungsi Terkait

Menurut Marshall B Romney et al (2005), fungsi yang terkait dalam sistem penjualan kredit antara lain:

1. Fungsi Penjualan (*Sales/Marketing*)
2. Fungsi Kredit
3. Fungsi Gudang (*Warehouse*)
4. Fungsi Pengiriman (*Delivery*)

5. Fungsi Faktur (*Invoicing*)
6. Fungsi Keuangan (*Accounting*)
7. Fungsi Penagihan

Prosedur penjualan

Menurut Marshal B Romney (2005), prosedur penjualan meliputi aktivitas sebagai berikut:

1. Entri Pesanan Pelanggan

Siklus penjualan dimulai dengan penerimaan pesanan dari pelanggan oleh bagian penjualan dan pesanan tersebut akan dicatat pada *order form*. Pada tahap ini, pesanan pelanggan mungkin tidak dalam format standar dan mungkin tidak berbentuk dokumen fisik. Pesanan mungkin diterima melalui surat, telepon, atau dari staf penjualan yang datang ke tempat pelanggan. Jika pelanggan juga merupakan entitas bisnis, pesanan tersebut biasanya merupakan salinan dari pesanan pembelian pelanggan. Jika pesanan pelanggan tidak dalam bentuk format yang standar sesuai dengan sistem pemrosesan pesanan penjual, maka pesanan ini harus diubah ke dalam format pesanan penjualan yang formal.

Surat pesanan pelanggan mengungkapkan informasi penting seperti nama dan alamat pelanggan, nomor akun pelanggan, nama, nomor, jenis dan deskripsi barang yang di pesan dan jumlah barang. Informasi-informasi tersebut penting untuk aktivitas pengiriman barang.

2. Persetujuan Kredit

Dalam melakukan penjualan secara kredit, sebelum menyetujui order dari pelanggan, bagian penjualan harus terlebih dahulu mengecek catatan kredit pelanggan. Bagian penjualan memiliki otorisasi umum untuk menyetujui pesanan dari pelanggan yang baik. Artinya, mereka yang tidak memiliki saldo utang yang lewat dari jatuh tempo. Hal ini biasanya dapat dicapai dengan membuat batas kredit untuk setiap pelanggan berdasarkan catatan kredit pelanggan terdahulu dan kemampuannya untuk membayar. Dengan pemeriksaan batas ini, dapat dibandingkan jumlah pesanan dengan jumlah saldo rekening pelanggan yang ada dengan batas kredit pelanggan tersebut. Apabila saldo rekening ditambah pesanan tidak melebihi batas kredit, maka pesanan masih dapat diterima. Otorisasi khusus untuk menyetujui kredit digunakan bagi pelanggan baru, ketika jumlah pesanan melebihi batas kredit pelanggan tersebut, atau ketika pelanggan tersebut memiliki saldo rekening yang melewati jatuh tempo yang belum dibayar, maka otorisasi harus dilakukan oleh bagian kredit.

3. Memeriksa Ketersediaan Barang

Selanjutnya, bagian penjualan harus memeriksa dan mengkonfirmasi bagian gudang, apakah tersedia cukup barang untuk memenuhi pesanan tersebut atau tidak, agar dapat diinformasikan kepada pelanggan mengenai perkiraan tanggal pengiriman. Hal ini sangat penting, karena apabila catatan tidak akurat dengan barang yang ada, pelanggan bisa kecewa ketika terjadi penundaan pengiriman yang tidak terduga dalam pemenuhan pesanan mereka. Apabila barang yang tersedia cukup banyak, barang tersebut dapat langsung dikirim ke pelanggan. Fungsi pengiriman, fungsi gudang, dan fungsi penagihan akan diberitahu mengenai penjualan tersebut. Namun, apabila barang yang tersedia kurang mencukupi, maka bagian penjualan meminta bagian gudang untuk memesan barang kepada bagian produksi untuk memproduksi sejumlah barang yang dipesan pelanggan.

Apabila ketersediaan barang telah dipastikan, bagian penjualan akan membuat surat permintaan pengeluaran barang kepada bagian gudang, agar bagian gudang dapat melepaskan sejumlah barang sesuai pesanan pelanggan untuk dikirimkan oleh bagian pengiriman.

4. Pengiriman

Aktivitas selanjutnya adalah pengiriman barang ke lokasi pelanggan sesuai dengan barang yang dipesan dengan menggunakan surat permintaan pengeluaran barang. Bagian gudang menggunakan surat permintaan pengeluaran barang untuk mengidentifikasi produk mana dan

berapa jumlah setiap produk yang akan dikeluarkan. Bagian gudang akan mencatat jumlah setiap barang yang diambil dan membuat surat jalan (*delivery order*). Bagian pengiriman akan membandingkan jumlah fisik barang dengan jumlah yang tertera dalam surat permintaan pengeluaran barang, dan mengirimkan barang kepada pelanggan dengan membawa surat jalan untuk ditandatangani pelanggan sebagai bukti bahwa barang telah diterima pelanggan.

Pengertian piutang

Menurut Soemarso (2004, 338) Piutang diartikan sebagai hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain sehingga perusahaan dapat menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak yang berhutang. Sedangkan menurut Warren et al (2006, 404) Piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya. Selain itu, dalam pengertian lain piutang dapat diterapkan ke semua klaim atas uang, barang, dan jasa. Akan tetapi untuk tujuan akuntansi, istilah tersebut menggambarkan klaim yang diharapkan akan selesai dengan diterimanya uang tunai (kas). (Stice, Stice, dan Skousen, 2004, 479)

Klasifikasi Piutang

1. Menurut Earl K. Stice at al (2009) Berdasarkan sebab terjadinya, piutang dapat diklasifikasikan menjadi :

- a. Piutang Dagang (*Trade Receivable*).

Piutang dagang adalah kategori yang paling signifikan dari piutang dan merupakan hasil dari aktivitas normal bisnis, yaitu penjualan barang atau jasa secara kredit kepada pelanggan. Dalam banyak kasus, piutang dagang adalah “piutang terbuka” tanpa jaminan, dan sering disebut “piutang usaha”.

Piutang usaha merupakan piutang yang normalnya diperkirakan akan tertagih dalam periode waktu yang relatif pendek, antara 30 – 60 hari dan diklasifikasikan ke dalam aktiva lancar. Dalam arti lain, piutang usaha adalah piutang yang timbul dari transaksi penjualan barang atau jasa perusahaan yang dilakukan secara kredit, dalam rangka kegiatan usaha perusahaan.

- b. Piutang Non Dagang (*Nontrade Receivable*)

Merupakan piutang yang timbul dari transaksi selain penjualan barang atau jasa dan diluar kegiatan usaha perusahaan dan meliputi semua jenis piutang lainnya (piutang lain-lain). Yang termasuk piutang non dagang antara lain:

- 1) Penjualan surat berharga atau property selain persediaan
- 2) Deposit atau simpanan untuk menjamin pelaksanaan kontrak atau pembayaran atas beban
- 3) Klaim untuk pengurangan harga atau pengembalian pajak
- 4) Piutang deviden dan bunga
- 5) Uang muka kepada pemegang saham, para direktur, karyawan dan perusahaan afiliasi.
- 6) Pembayaran di muka atas pembelian-pembelian
- 7) Tuntutan atas kerugian atau kerusakan
- 8) Tuntutan ganti rugi kepada perusahaan asuransi

2. Klasifikasi piutang berdasarkan jangka waktu pembayarannya

- a. Piutang Jangka Pendek (Piutang Lancar)

Merupakan piutang yang mempunyai waktu jatuh tempo kurang dari satu tahun atau kurang dari siklus operasi normal perusahaan, sehingga dicatat pada aktiva lancar

- b. Piutang Jangka Panjang (Piutang Tidak Lancar)

Merupakan piutang yang mempunyai waktu jatuh tempo lebih dari satu tahun, atau lebih dari siklus operasi perusahaan. dan dialporkan pada aktiva tidak lancar.

3. Klasifikasi piutang berdasarkan bentuk perjanjiannya

a. Piutang Tidak Tertulis

Merupakan piutang yang tidak didukung oleh surat perjanjian hutang piutang (promes)

b. Piutang Wesel (Wesel Tagih)

Merupakan piutang yang didukung dengan adanya surat perjanjian. Piutang wesel dapat diklasifikasikan menjadi:

- 1) Wesel Tagih Tanpa Bunga (*Noninterest-Bearing Note*), yaitu wesel yang tidak mencantumkan tingkat suku bunga tertentu, tetapi jumlah nominalnya sudah mencakup beban bunga.
- 2) Wesel Berbunga (*Interest-Bearing Note*), yaitu wesel yang diterbitkan sebagai janji untuk membayar jumlah pokok (principal) ditambah bunga pada tingkat tertentu. (Stice, Stice, dan Skousen, 2004, 479-513)

Penyisihan Piutang Tak Tertagih

1. Metode Penghapusan Langsung

Menurut Earl K. Stice (2004) metode penghapusan langsung merupakan metode yang menggunakan cara penghapusan langsung terhadap piutang yang benar-benar sudah diketahui tidak akan dapat dibayar karena pelanggan bangkrut, meninggal, pindah tempat tinggal dan tidak terlacak, dan lain-lain. Saat ditemukan bukti positif mengenai tidak dapat tertagihnya piutang, maka piutang tersebut dapat dihapus dengan cara mendebit akun beban piutang tak tertagih. Contoh jurnal untuk metode penghapusan langsung adalah sebagai berikut:

Beban piutang tak tertagih	Rp.xxx
----------------------------	--------

Piutang Usaha	Rp.xxx
---------------	--------

(Mencatat penghapusan piutang tak tertagih)

2. Metode penyisihan

Banyak perusahaan menggunakan metode penyisihan untuk mengestimasi besarnya jumlah piutang tak tertagih. Perusahaan mencatat beban piutang tak tertagih dalam periode yang sama dengan periode penjualannya. Perusahaan mencatat beban tersebut untuk jumlah yang telah diperkirakan dan membentuk cadangan/penyisihan piutang tak tertagih. Dengan mengurangi penyisihan ini dari piutang dagang, maka akan menghasilkan jumlah piutang bersih yang diharapkan akan dapat tertagih sepenuhnya. Terdapat metode dasar untuk memperkirakan besarnya cadangan piutang tak tertagih, yaitu:

a. Metode Persentase Penjualan

Merupakan metode yang menghitung beban piutang tak tertagih dari jumlah penjualan kredit bersih. Metode ini disebut juga dengan metode pendekatan laba rugi karena dapat dipusatkan pada jumlah bebannya. Beban piutang tak tertagih dicatat sebagai ayat peyesuaian pada akhir periode akuntansi. (Horngren, Harrison, and Bamber, 2006, 423)

Beban piutang tak tertagih	Rp.xxx
----------------------------	--------

Penyisihan piutang tak tertagih	Rp.xxx
---------------------------------	--------

(Mencatat estimasi piutang tak tertagih untuk tahun berjalan)

b. Metode Persentase Piutang

Menurut Weygandt et al (2006), metode persentase piutang menggunakan daftar umur piutang sehingga disebut pula metode umur piutang. Dalam metode ini, piutang dikelompokkan menurut lamanya umur piutang sejak terjadinya transaksi penjualan.

Daftar umur piutang memberikan informasi saldo piutang setiap pelanggan sehingga perusahaan dapat mengetahui komposisi piutang secara umum. Selain itu, perusahaan juga mendapat informasi mengenai pelanggan yang lambat dalam pembayaran. Dengan demikian, perusahaan dapat menyelidiki pelanggan untuk memastikan bahwa syarat-syarat penjualan kredit yang ditetapkan dapat berjalan dengan baik, dan demikian halnya dengan usaha penagihan. Penyisihan piutang dikenakan pada piutang yang telah jatuh tempo.

Beban piutang tak tertagih Rp.xxx

Penyisihan piutang tak tertagih Rp.xxx

(Menyesuaikan akun penyisihan dengan total estimasi piutang tak tertagih)

Kerangka Konseptual

Gambar 1

Kerangka Pemikiran Konseptual

METODOLOGI PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian di PT Milko yang berlokasi di Jln. HRE Sukma km 15 No.3 Ciherang Pondok, Caringin Bogor Jawa Barat pada bulan September 2011. Metode yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif yang dilakukan pada PT Milko beverage Bogor dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh diterapkannya sistem penjualan kredit terhadap piutang tak tertagih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prosedur Penjualan

Sebelum memberikan persetujuan kredit kepada calon pelanggan, Perusahaan (Bagian Kredit) mencari informasi terlebih dahulu mengenai calon pelanggan dengan menerapkan penilaian 5C dan 5P seperti yang diterapkan perusahaan-perusahaan pada umumnya. Penjualan kredit dilakukan pada penjualan kedua atau ketiga. Sementara penjualan pertama dilakukan secara tunai. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan lebih mengenal pelanggan sebelum akhirnya memberi persetujuan kredit. Setelah perusahaan menilai pelanggan dan menyatakan bahwa pelanggan tersebut layak mendapatkan kredit, maka perusahaan akan menyetujui pemberian kredit. Adapun persyaratan untuk menjadi pelanggan PT milko antara lain:

- Calon pelanggan harus berbentuk perusahaan
- Memiliki Bank garansi
- *Mapping area*
- Pengalaman calon pelanggan sebagai distributor min 2 tahun
- Memiliki tingkat penjualan yang cukup tinggi
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Surat Ijin Usaha perdagangan (SIUP)
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- *Company profile*

Dalam melakukan penjualan kredit kepada pelanggan, PT Milko menerapkan sistem penjualan yang disebut dengan *modern market* dan *traditional market*. Yang dimaksud dengan *modern market* adalah penjualan kredit yang dilakukan secara langsung kepada distributor seperti alfamart, indomart dan swalayan-swalayan tertentu yang prosedurnya lengkap, dimulai dari penerimaan *purchase order* dari pelanggan hingga dikirimnya barang yang harus menggunakan *delivery order* lengkap dengan surat penerimaan barang. Penjualan modern biasanya dilakukan terhadap distributor-distributor (pelanggan) yang jaraknya masih bisa dijangkau oleh bagian pengiriman. Misalnya distributor yang lokasinya di jabodetabek, sukabumi, cianjur, dan sekitarnya. Sedangkan *tradisional market* diterapkan terhadap pelanggan-pelanggan yang lokasinya di luar pulau. Pelanggan tidak lagi menggunakan *purchase order* sebagai permintaan pesanan barang. Melainkan para pelanggan menggunakan *confirm monthly order* yang harus diterima oleh PT Milko sebelum tanggal 25 setiap bulannya..

1. Entri Pesanan Pelanggan dan Persetujuan Kredit

Pada proses entri pesanan pelanggan, bagian penjualan akan menerima pesanan pelanggan yang memesan barang melalui telepon, fax, email dan *confirm monthly Order* (CMO), dengan waktu pemesanan dimulai dari jam 9:00 s.d 16:00 WIB setiap harinya. Kemudian bagian penjualan akan mengkonfirmasi kepada bagian kredit mengenai otorisasi pemberian kredit bagi pelanggan yang melakukan sistem penjualan kredit. Apabila bagian kredit telah memberikan otorisasi bagi pelanggan, maka bagian penjualan berhak menyetujui order dari pelanggan. Setelah itu, bagian penjualan akan menghitung jumlah dan jenis barang yang dipesan pelanggan dan menyampaikannya ke bagian gudang untuk memeriksa ketersediaan barang. Selain itu, bagian penjualan juga akan menyampaikan order pelanggan kepada bagian pengiriman agar mengirimkan sejumlah barang kepada pelanggan sesuai surat permintaan penjualan.

2. Memeriksa Ketersediaan Barang

Setelah adanya laporan dari bagian penjualan, bagian gudang akan memeriksa apakah jumlah dan jenis barang yang dipesan pelanggan tersedia seluruhnya di gudang atau tidak. Jika ternyata barang tidak tersedia atau kurang jumlah, maka bagian gudang akan meminta bagian produksi untuk memproduksi sejumlah barang yang disesuaikan dengan banyaknya pesanan pelanggan. Lokasi pabrik yang letaknya berdekatan dengan kantor memudahkan setiap bagian mampu berkoordinasi dengan baik, sehingga ketersediaan barang selalu terjaga. Selain itu, perencanaan produksi yang terjadwal, menjadikan PT Milko mampu memenuhi setiap pesanan pelanggan secara maksimal. Setelah memastikan bahwa barang telah tersedia di gudang, bagian gudang akan menyediakan barang dan menyerahkannya kepada bagian pengiriman untuk segera dikirim kepada pelanggan. Bagian gudang akan mencatat jumlah barang keluar pada kartu persediaan.

3. Pengiriman Barang

Setelah menerima barang dari bagian gudang, bagian pengiriman akan langsung mengirim barang ke lokasi pelanggan dengan membawa surat jalan (*delivery order*), dan surat penerimaan barang. Untuk daerah jabodetabek, pengiriman dilakukan pada keesokan hari setelah purchase order diterima. Untuk daerah Jawa Tengah dan sekitarnya pengiriman biasanya akan sampai setelah 3-4 hari setelah pemesanan. Sedangkan untuk daerah di luar pulau, pengiriman disesuaikan dengan jadwal ekspedisi (pihak ketiga). Pada saat pengiriman barang, bagian pengiriman akan meminta tanda tangan pelanggan sebagai bukti penerimaan barang. Selain itu, bagian pengiriman akan menerima pembayaran atas pengiriman sebelumnya dari pelanggan yang berupa cek atau giro.. Sehingga pada saat kembali ke kantor PT Milko, bagian pengiriman harus melaporkan bukti pengiriman barang kepada bagian gudang, bagian invoicing, dan bagian kredit.

4. Penagihan dan Penerimaan Kas

Setelah pengiriman barang, bagian A/R akan mencatat piutang yang timbul dan mengkonfirmasi kepada pelanggan atas pembayaran yang telah dilakukan. Bagian A/R akan memeriksa tanggal jatuh tempo piutang pelanggan. Apabila ternyata ada piutang yang telah jatuh tempo namun belum ada pembayaran dari pelanggan, maka bagian A/R akan melakukan penagihan kepada pelanggan dengan mengirimkan surat maupun via telepon.

Jangka waktu pembayaran piutang yang diberikan kepada pelanggan adalah 30 hari, sedangkan limit piutang, tidak dibatasi selama pembayaran piutang dilakukan secara lancar. Apabila pelanggan memesan barang, maka pelanggan tersebut harus sudah melunasi hutangnya yang telah jatuh tempo. Apabila pada saat diterimanya *purchase order* pelanggan belum membayar hutangnya, maka pelanggan tersebut tidak mendapat persetujuan kredit dan tidak akan dikirim barang. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan disiplin dalam menjalankan kewajibannya. Pelanggan baru diperbolehkan *order* setelah membayar seluruh hutang tersebut.

Prosedur Penagihan

Setelah pengiriman barang, bagian kredit akan mencatat piutang yang timbul dan mengkonfirmasi kepada pelanggan atas pembayaran yang telah dilakukan. Bagian kredit akan memeriksa tanggal jatuh tempo piutang pelanggan. Apabila ternyata ada piutang yang telah jatuh tempo namun belum ada pembayaran dari pelanggan, maka bagian kredit akan meminta penagihan untuk melakukan penagihan kepada pelanggan. Penagihan tersebut dilakukan dengan cara:

- a. Melalui Surat
- b. Melalui Telepon
- c. Tindakan Yuridis dan Pencairan Bank Garansi

Alur sistem penjualan kredit:

Flowchart Sistem Penjualan Kredit	
PO	= Purchase Order
SO	= Sales Order
CRC	= Credit Check
WO	= Work Order
DO	= Delivery Order
JV	= Journal Voucher
MS	= Mounthly Statement

Gambar 1
Sistem Penjualan Kredit

Pengendalian atas Penjualan Kredit

Pengendalian atas penjualan kredit dilakukan pada setiap prosedur. Dimulai dari saat pemilihan pelanggan dengan memperketat syarat-syarat yang harus dipenuhi hingga pada saat pengiriman barang.

1. Pengendalian Pada Saat Pemilihan Calon Pelanggan

Sebelum memberikan persetujuan pemberian kredit terhadap calon pelanggan, PT Milko senantiasa mengumpulkan informasi terlebih dahulu mengenai profil calon pelanggan. Baik dari segi image dan citra, maupun dari segi kemampuan finansial pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa calon pelanggan dapat bekerja sama dan memiliki itikad yang baik dalam menjalin hubungan dengan pihak PT Milko dengan cara disiplin dalam melakukan pembayarannya. Syarat utama untuk menjadi pelanggan PT Milko adalah calon pelanggan harus berbentuk perusahaan yang berbadan hukum, Bukan perusahaan perseorangan. Karena perusahaan berbadan hukum dinilai lebih terstruktur dan lebih jelas keberadaannya, sehingga kelangsungan hidup perusahaan lebih dapat dipastikan, memiliki manajemen yang kuat, yang nantinya akan berkaitan dengan kelancaran pembayaran atas hutang-hutangnya. Calon pelanggan harus memiliki SIUP, TDP, mapping area yang jelas, dan yang paling utama, perusahaan calon pelanggan harus memiliki bank garansi, yaitu surat jaminan yang diterbitkan oleh bank yang berfungsi sebagai alat pembayaran, dan tentunya dalam penerbitan bank garansi tersebut harus memenuhi persyaratan sesuai yang ditetapkan oleh ketentuan yang berlaku. Bank garansi tersebut berfungsi sebagai jaminan apabila pada suatu hari pelanggan benar-benar tidak dapat membayar hutangnya.

2. Pengendalian Pada Saat Pemberian Kredit

Pada saat memberikan persetujuan pemberian kredit terhadap pelanggan, fungsi kredit akan memeriksa terlebih dahulu mengenai bagaimana kelancaran pelanggan dalam membayar hutangnya, apakah masih ada hutang jatuh tempo yang belum dibayar atau tidak. Jika masih ada yang menunggak, maka fungsi kredit tidak akan memberikan otorisasi hingga hutang tersebut dilunasi. Pemberian otorisasi kredit hanya boleh dilakukan oleh pihan kredit saja. Tidak boleh dilakukan oleh bagian keuangan, bagian piutang maupun bagian lainnya.

3. Pengendalian Pada Saat Entri Pesanan Pelanggan

Sebelum menyetujui pesanan pelanggan, fungsi penjualan harus memastikan bahwa data pelanggan yang bersangkutan telah lengkap dan diregister dengan baik. Meliputi alamat pengiriman, nomor telepon, *contact person* dan lain-lain. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan perusahaan ketika melakukan konfirmasi ulang mengenai persetujuan pesanan maupun kepentingan lainnya. Selain itu, fungsi penjualan harus memastikan bahwa pelanggan tersebut telah mendapat otorisasi dari fungsi kredit. Selanjutnya, fungsi penjualan harus berkomunikasi dengan bagian gudang untuk memastikan bahwa barang yang dipesan pelanggan benar-benar tersedia di gudang. Jika ternyata barang tidak tersedia, maka fungsi penjualan harus menginformasikan kepada pelanggan. Konfirmasi berfungsi agar pelanggan tidak kecewa terhadap pelayanan yang diberikan PT Milko sehingga hubungan baik tetap terjaga.

Dalam memproses pesanan pelanggan, fungsi penjualan harus menginput data secara benar dan akurat. Penginputan data harus sesuai dengan purchase order yang diterima. Data diinput melalui program akurat yang nantinya akan secara otomatis terkirim ke fungsi kredit, fungsi A/R dan fungsi gudang. Sehingga fungsi penjualan tidak dapat melakukan kecurangan.

4. Pengendalian Pada Saat Pengiriman

Sebelum melakukan pengiriman, fungsi pengiriman harus memeriksa kelengkapan data pelanggan. Baik mengenai lokasi pengiriman, jenis barang yang dipesan serta banyaknya kuantitas pesanan. Alat transportasi harus dipersiapkan dengan baik agar pengiriman berjalan dengan lancar. Pada saat pengangkutan barang dari gudang, bagian gudang, bagian pengiriman dan security bersama-sama menghitung jumlah barang yang dikeluarkan dan disesuaikan dengan delivery order dan pesanan pelanggan. *Delivery order* ditandatangani oleh fungsi gudang, *security*, dan bagian pengiriman sebagai bukti bahwa pengeluaran barang telah dilakukan secara benar. Pada saat barang telah sampai ke lokasi pelanggan, fungsi pengiriman harus memastikan bahwa barang yang dipesan diterima dengan lengkap oleh pelanggan. Fungsi

pengiriman harus meminta pelanggan untuk menandatangani *delivery order* sebagai bukti serah terima barang, yang nantinya akan menjadi dasar pembuatan *invoice*.

5. Pengendalian Pada Saat Penagihan

Fungsi piutang harus memastikan bahwa piutang pelanggan telah dicatat dengan benar dan sesuai dengan *invoice* dan bukti pengiriman. Sehingga tidak ada piutang yang tidak tercatat akibat hilangnya dokumen atau kelalaian pegawai. Fungsi piutang harus terus mengontrol piutang-piutang yang telah jatuh tempo dan melakukan penagihan terhadap pelanggan-pelanggan yang bersangkutan. Penagihan hanya dilakukan oleh bagian piutang, bukan oleh bagian pengiriman. Pemisahan tugas ini dilakukan agar tidak adanya kecurangan yang dapat dilakukan pelanggan dan fungsi pengiriman.

Pengendalian Atas Piutang

Pada dasarnya, pengendalian atas piutang yang diterapkan oleh PT Milko hampir sama dengan pengendalian terhadap penjualan kredit yang dilakukan. Karena asal mula timbulnya piutang adalah sistem penjualan kredit sehingga pelaksanaan dan pengendalian atas sistem penjualan kredit akan sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya piutang.

Sebagai perusahaan yang melakukan penjualan secara kredit, PT Milko menyadari bahwa risiko kredit macet akan selalu ada karena banyak faktor yang menyebabkan piutang sulit ditagih. Hal-hal yang menyebabkan tidak tertagihnya piutang adalah kurangnya usaha penagihan, kurangnya kontrol dari pihak perusahaan, kurang seleksi dalam memilih calon pelanggan, kurang tegas dalam pemberian otorisasi kredit, pelanggan bangkrut, meninggal dunia, dan lain-lain.

Menyadari risiko akan timbulnya kerugian akibat piutang yang tidak tertagih, maka PT Milko melakukan pengendalian pada setiap prosedur penjualan kredit seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Dari saat pemilihan pelanggan hingga penagihan. Dalam melaksanakan pengendalian tersebut, PT Milko menerapkan prosedur sebagai berikut:

- Otorisasi yang semestinya atas setiap kegiatan
- Pemisahan tugas dan spesifikasi kerja.
- Perancangan dan penggunaan aplikasi *accurate* dan dokumen/catatan yang memadai
- Pengamanan atas akses komputer dengan menggunakan *password* dan *ID*.

Selain melakukan pengendalian di atas, PT Milko juga senantiasa melakukan pengawasan/*monitoring* atas piutang yang timbul akibat penjualan kredit. *Monitoring* dilakukan untuk menilai pelaksanaan pengendalian intern yang telah berjalan di PT Milko. *Monitoring* dilakukan oleh pihak manajemen selama kegiatan berlangsung dan dievaluasi secara periodik tanpa bantuan fungsi *auditor internal*. Namun *monitoring* tersebut dilaksanakan secara memadai. *Monitoring* dilakukan dengan memeriksa dokumen-dokumen, catatan penjualan, catatan penerimaan kas, *invoice*, buku catatan piutang, dan keluhan-keluhan pelanggan seperti kesalahan dalam *billing/invoice*, kesalahan pembayaran, kesalahan pencatatan, keterlambatan pengiriman barang, dan lain-lain.

Mengingat area pemasaran yang sangat luas, selain menjadikan pemilikan Bank garansi sebagai syarat utama bagi calon pelanggan, PT Milko juga menempatkan pegawai di setiap wilayah/*region* yang disebut dengan area *sales manager (ASM)* dan *area sales representatif (ASR)*. ASM dan ASR tersebut bertugas untuk mengontrol pelanggan-pelanggan yang ada di bawah area yang menjadi tanggung jawabnya. Seperti melakukan promosi, meningkatkan target penjualan, menjalin hubungan baik dengan pelanggan, memantau ketersediaan stok barang di gudang pelanggan, serta memantau kelancaran pembayaran piutang oleh pihak pelanggan. Penagihan untuk area-area tersebut masih dilakukan oleh fungsi A/R di PT Milko. Namun apabila penagihan melalui surat dan telepon tidak berhasil membuat pelanggan membayar hutangnya, maka yang akan bertindak selanjutnya adalah ASR yang akan mendatangi langsung ke lokasi pelanggan. Sehingga penagihan tetap dapat dilakukan semaksimal mungkin.

Kebijakan Akuntansi Atas Penyisihan Piutang Tak Tertagih dan Penyajiannya Pada Laporan Keuangan

Dari praktek yang dilakukan oleh PT Milko, pada dasarnya PT Milko mencatat piutangnya secaraurut tanggal dan mengelompokan piutang-piutang tersebut berdasarkan umur piutang. Hanya saja PT Milko tidak melakukan penyisihan atas piutang. Meskipun pada umumnya penjualan kredit selalu menimbulkan adanya piutang yang tidak tertagih, namun dengan pengendalian yang handal, risiko tersebut dapat ditekan sminimal mungkin.

Penentuan kepemilikan bank garansi sebagai syarat utama dalam pemilihan calon pelanggan, merupakan kebijakan yang sangat berpengaruh terhadap pengendalian piutang. Dengan kebijakan tersebut, PT Milko yakin bahwa piutang akan seluruhnya terbayar. Sehingga tidak akan ada piutang yang tidak dapat tertagih. Ketika pelanggan sudah benar-benar tidak dapat membayar hutangnya, maka PT Milko akan mencairkan bank garansi dan pihak bank akan membaya hutang pelanggan. Setelah itu barulah pihak bank akan menyelesaikan masalah tersebut dengan pelanggan yang bersangkutan. Sehingga risiko piutang tak tertagih sangat kecil. Hal tersebut terbukti sangat ampuh dalam mengelola piutang. Terbukti hingga saat ini PT Milko tidak memiliki beban piutang tak tertagih. .

Besarnya piutang yang semakin meningkat setiap tahunnya, namun tidak diiringi penghapusan dan penyisihan piutang, menggambarkan bahwa pengendalian yang dilakukan PT Milko dalam melaksanakan sistem penjualan kredit dianggap berjalan dengan efektif dan efisien mulai dari pemilihan pelanggan hingga penagihan piutang.

Akan tetapi, bila dilihat pada tabel 4.2, masih terdapat piutang yang umurnya lebih dari 60 hari bahkan lebih dari 90 hari. Meskipun PT Milko yakin bahwa piutang tersebut dapat tertagih, namun jika memperhatikan azas konservatisme maka akan lebih baik jika dilakukan penyisihan atas piutang-piutang tersebut mengingat piutang tersebut dinilai terlalu lama dari waktu jatuh temponya.

SIMPULAN

Ditinjau dari kelengkapan fungsi-fungsi terkait, dokumen-dokumen yang digunakan, serta prosedur yang diterapkan, PT Milko dinilai memiliki sistem yang cukup untuk mendukung sistem penjualan kredit dalam rangka meningkatkan omset perusahaan.

Selain itu kebijakan pengendalian penjualan dan piutang pun cukup memadai, sehingga tidak terjadi penumpukan piutang yang tidak diharapkan. Dimulai dari ketatnya seleksi calon pelanggan, otorisasi pemberian kredit, pengelolaan data piutang dan dokumentasi yang baik, serta prosedur penagihan piutang yang efisien, menjadikan PT Milko mampu meminimalkan terjadinya risiko piutang tak tertagih.

PT Milko menjadikan bank garansi sebagai jaminan atas piutang-piutang. Dengan harapan ketika pelanggan tidak dapat membayar hutangnya, bank garansi tersebut dapat dicairkan dan piutang tetap terbayar.

Karena hingga saat ini PT Milko tidak mengalami kredit macet, PT Milko tidak melakukan penghapusan dan penyisihan atas piutang yang timbul. Piutang hanya digolongkan berdasarkan umur piutang. Akan tetapi, masih banyak piutang yang telah berumur lebih dari 90 hari, yang seharusnya dilakukan penyisihan. Karena umur piutang yang terlalu lama dapat merugikan perusahaan. Selain itu, pengawasan (*monitoring*) atas piutang hanya dilakukan oleh pihak manajemen tanpa adanya bantuan *internal auditor*, meskipun pengawasan tersebut berjalan dengan baik.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, maka penulis mencoba mengajukan saran:

1. Meskipun strategi pemilihan pelanggan dengan mengharuskan pelanggan memiliki bank garansi cukup efektif dilakukan, metode penyisihan harus tetap dilakukan, meskipun dengan nilai presentasi yang relatif kecil. Karena sebelum pencairan bank garansi, tentunya ada tenggang waktu yang cukup lama antara tanggal terjadinya piutang hingga dilunasinya piutang oleh pihak bank pada saat pencairan bank garansi. Sehingga selama jangka waktu tersebut, kas yang seharusnya sudah diterima dan dapat digunakan untuk kegiatan operasional lain, menjadi terhambat akibat terlambatnya pembayaran piutang. Sehingga perusahaan tetap mengalami kerugian secara tidak langsung, meskipun pada akhirnya piutang tersebut tetap dilunasi. Selain itu, bank garansi memiliki batas nominal tertentu. Sehingga perlu diperhatikan agar piutang yang terjadi tidak melebihi nominal bank garansi.
2. Pengendalian atas sistem penjualan kredit dan piutang akan lebih efektif jika ada internal auditor. Sehingga dapat membantu manajemen dalam mengawasi dan monitoring piutang.

DAFTAR PUSTAKA

- Pamungkas, H.B. and Iriyadi, I., 2008. Kajian Pengukuran Kinerja dan Penetapan Harga Transfer. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 8(2), pp.86-94.
- Iriyadi, I. and Oktafiyanthi, A., 2007. Pengakuan Pendapatan: Studi Komparasi pada Bank Konvensional dan Bank Syariah: Studi Kasus pada PT. Bank Jabar Bogor. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 7(1), pp.19-22.
- Iriyadi, I., 2004. Peranan Internal Auditor dalam Menunjang Efetifitas Sistem Pengendalian Intern Penggajian Pada PT. Organ Jaya. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 4(2), pp.67-72.
- Pamungkas, B., 2008. Akuntabilitas Instansi Pemerintah, Survei Pada Pemerintah Dati II DI Yogyakarta.
- Pamungkas, B., 2005. Pengaruh Kualitas Peraturan Perundang-undangan, Akuntansi Keuangan Sektor Publik, dan Penerapan Pengawasan terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah dan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. *Disertasi UNPAD. Bandung. Tidak Dipublikasikan*.
- Pamungkas, B. and Kusumahdinata, A., 2011. Evaluasi Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Akuntansi Barang Milik Negara (SIMAK BMN) Kaitannya Dalam Pencatatan Nilai Aset Tetap Pemerintah Studi Kasus pada Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen Ranggagading*, 11(2), pp.082-090.
- Pamungkas, B., 2012. Pengaruh penerapan akuntansi publik dan kualitas peraturan perundangan terhadap kualitas laporan keuangan dan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen Ranggagading*, 12(1), pp.001-010.
- Djanegara, M.S. and Ivonia, L., 2006. Evaluasi Pengendalian Intern Penjualan Kredit Dalam Meningkatkan Kolektibilitas Piutang pada PT Austindo Nusantara Jaya Finance. *Jurnal Umum*.
- Djanegara, H.M.S. and Danusaputra, Y., 2007. PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN Studi kasus pada PT. Astra Internasional. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 7(2).
- Nuruzzaman, M. and Djanegara, M.S., 2008. PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DAN IMPLEMENTASI K3. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 8(2).

- Djanegara, H.M.S., 2005. Pengaruh Pengakuan Pendapatan dan Pengaruhnya terhadap Laporan Keuangan: Studi Kasus pada PT. Asuransi Jiwa BNI Jiwasraya. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 5(1), pp.1-6.
- Rosita, S.I. and Rahman, A., 2011. EVALUASI PENERAPAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PERUSAHAAN Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Bogor. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 11(1), pp.57-64.
- Muktiadji, N. and Oktaria, Y., 2010. Pengaruh Siklus Operasi Terhadap Likuiditas Dan Modal Kerja (Studi Kasus PT Semen Gresik Tbk dan PT Holcim Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 10(1), pp.20-27.
- Muktiadji, N. and Trisnawati, D., 2008. Analisis Rasio Likuiditas Untuk Mengukur Kemampuan Perusahaan Dalam Membiayai Aktivitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 8(1), pp.44-55.