

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengendalian Intern

2.1.1 Pengertian Pengendalian Intern

Siti dan Ely (2010:312) menyatakan “Pengendalian internal adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen dan personel lainnya dalam suatu entitas yang dirancang untuk memberikan keyakinan memadai mengenai pencapaian tujuan. Committee of sponsoring Organization (COSO) mendefinisikan system pengendalian intern adalah suatu proses yang dipengaruhi oleh dewan direksi, manajemen dan karyawan yang dirancang untuk memberikan jaminan yang meyakinkan bahwa tujuan organisasi dapat dicapai (Susanto, 2013:103)

Sukrisno Agoes (2014:79) mengatakan bahwa Pengendalian Intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen dan personel lain entitas yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan, seperti keandalan laporan keuangan, efektivitas dan efisiensi operasi dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

Mulyadi (2002:180) berpendapat bahwa pengendalian intern merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan tertentu. Pengendalian intern ini bukan tujuan tetapi merupakan suatu tindakan yang tidak terpisahkan dari infrastruktur entitas, dijalankan oleh orang dari setiap jenjang organisasi yang mempunyai kebijakan. Pengendalian intern diharapkan mampu memberikan keyakinan yang memadai dan bermanfaat dalam pencapaian tujuan yang saling berkaitan yaitu pelaporan, keuangan, kepatuhan dan operasi.

Mulyadi (2016:129) pengendalian intern meliputi struktur organisasi, metode dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga asset organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong edfisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen. Unsur-unsur pengendalian intern yaitu :

- a. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab secara tegas

- b. System wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap asset, uang, pendapatan dan beban.
- c. Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi. Adapun cara-cara yang umumnya ditempuh perusahaan dalam menciptakan praktik yang sehat adalah :
 - 1. Penggunaan formulir bernomor urut cetak yang pemakaiannya harus dipertanggung jawabkan oleh yang berwenang.
 - 2. Setiap transaksi tidak boleh dilaksanakan dari awal sampai akhir oleh satu orang atau satu unit organisasi, tanpa campur tangan dari pihak lain.
 - 3. Perputaran jabatan (*job rotation*)
 - 4. Keharusan pengambilan cuti bagi karyawan yang berhak
 - 5. Secara periodic diadakan pencocokan fisik asset dengan catatannya.
 - 6. Pembentukan unsur organisasi yang bertugas untuk mengecek efektivitas unsur-unsur system pengendalian intern yang lain.
- d. Karyawan yang kompeten, berkualitas dan memiliki keahlian sesuai dengan tanggung jawabnya.

Pengendalian Intern dapat melindungi aktiva dengan mencegah pencurian, penggelapan, penyalahgunaan atau penempatan aktiva pada lokasi yang tidak tepat. Salah satu pelanggaran yang paling serius atas pengendalian intern adalah penggelapan oleh karyawan (*employee fraud*) yang merupakan tindakan disengaja untuk menipu majikan demi keuntungan pribadi. Dari uraian diatas maka pengendalian intern adalah kebijakan dan prosedur yang digunakan dalam operasi perusahaan untuk menyediakan informasi keuangan yang handal serta menjamin dipatuhinya hukum dan peraturan yang berlaku. Pengendalian intern dapat mencegah kerugian atau pemborosan pengolahan sumber daya perusahaan. Pengendalian intern dapat menyediakan informasi yang digunakan sebagai pedoman dalam perencanaan.

2.1.2 Tujuan Pengendalian Intern

Dalam Rangka merancang suatu pengendalian intern yang baik, perlu melihat tujuan pengendalian sebagai berikut yang dikemukakan oleh (Arens *et al*, 2011:137):

- a. Keandalan laporan keuangan (*Reability of Financial Reporting*)
- b. Ketaatan pada Hukum dan Peraturan yang berlaku (*Compliance with applicable laws and regulation*)
- c. Efektivitas dan Efisiensi Operasi (*Effectieness dan Effeciency of Operation*)

Sedangkan menurut Sujarweni (2015 : 32) pengendalian intern yang diciptakan dalam suatu perusahaan harus mempunyai tujuan, yaitu :

- a. Menjaga keamanan harta milik perusahaan.
- b. Menjaga keakuratan laporan keuangan perusahaan.
- c. Menjaga kelancaran operasi perusahaan.
- d. Menjaga kedisiplinan agar dipatuhinya kebijakan manajemen
- e. Agar semua lapisan yang ada diperusahaan tunduk pada hokum dan aturan yang sudah diterapkan diperusahaan.

Menurut TM Books (2015:49) tujuan pengendalian intern meliputi:

- a. Efisiensi dan efektivitas operasi
- b. Realibitas laporan keuangan
- c. Kepatuhan pada peraturan dan hokum yang berlaku
- d. Menjaga keamanan asset

Agar dapat berjalan dengan efektif, pengendalian intern memerlukan adanya pembagian tanggung jawab yang jelas dalam organisasi. Setiap fungsi harus ada penanggung jawabnya secara khusus. Tujuannya adalah agar setiap karyawan dapat mengkonsentrasikan perhatian kepada lingkup tanggung jawabnya masing-masing sehingga tidak ada suatu fungsi yang tidak tertangani.

2.1.3 Unsur-Unsur Pengendalian Intern

Struktur pengendalian intern mencakup 3 kategori dasar kebijakan dan prosedur yang dirancang serta diimplementasikan manajemen guna memberikan kepastian yang layak bahwa tujuan pengendaliannya akan tercapai. Unsur-unsur ini

terdiri dari lingkungan pengawasan, system akuntansi dan prosedur pengendalian. Pengendalian intern terbagi dalam lima komponen, yaitu meliputi:

a. Lingkungan Pengendalian (*Control Environment*)

Merupakan pengaruh gabungan dari berbagai faktor dalam membentuk, memperkuat atau memperlemah efektivitas kebijakan dan prosedur tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhinya tersebut antara lain:

1. Filsafah manajemen dan gaya operasinya
2. Struktur organisasi
3. Metode pembagian wewenang dan pembebanan tanggung jawab
4. Berfungsinya dewan komisaris dan komite-komite yang dibentuk
5. Metode pengendalian manajemen dalam membantu dan menindak lanjuti kinerja termasuk audit intern.
6. Kebijakan dan praktik personalia atau sumber daya manusia.

Lingkungan pengendalian ini sangat penting karena menjadi dasar keefektifan unsur-unsur pengendalian intern yang lain.

b. Penilaian Resiko (*Risk Assesment*)

Perusahaan harus menyadari dan menanggapi resiko. Perusahaan harus menetapkan tujuannya dipadukan dengan kegiatan keuangan serta kegiatan lainnya agar dapat beroperasi secara terkoordinasi. Perusahaan juga harus membuat mekanisme untuk mengidentifikasi, menganalisis dan mengelola resiko terkait. Dengan memahami resiko, manajemen dapat mengambil tindakan pencegahan sehingga perusahaan dapat menghindari kerugian yang besar.

Ada tiga kelompok resiko yang dihadapi perusahaan, yaitu :

1. Resiko strategis. Yaitu mengerjakan semua sesuatu dengan cara yang salah
2. Resiko financial. Yaitu resiko menghadapi kerugian keuangan.
3. Resiko informasi. Yaitu menghasilkan informasi yang tidak relevan atau informasi yang keliru.

c. **Aktivitas Pengendalian**

Aktivitas pengendalian adalah kebijakan dan prosedur yang membantu menjamin bahwa arahan manajemen dilaksanakan. Aktivitas tersebut membantu memastikan bahwa tindakan yang diperlukan untuk menanggulangi resiko dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Pengendalian fisik perusahaan terdiri dari beberapa unsur :

1. Pemberian otorisasi atas transaksi dan kegiatan
2. Pembagian tugas dan tanggung jawab.
3. Rancangan dan penggunaan catatan dokumen yang baik.
4. Perlindungan yang cukup terhadap kekayaan dan catatan perusahaan.
5. Pemeriksaan independen terhadap kinerja keuangan.

d. **Informasi dan komunikasi**

Informasi dan komunikasi adalah pengidentifikasian, penangkapan dan pertukaran informasi dalam suatu bentuk dan waktu yang memungkinkan orang melaksanakan tanggung jawab mereka. Merancang system informasi perusahaan dan manajemen puncak harus mengetahui hal-hal berikut :

1. Bagaimana transaksi diawali
2. Bagaimana data dicatat kedalam formulir yang siap di input ke system computer atau langsung dikonversi ke system computer.
3. Bagaimana file data dibaca, diorganisasikan dan diperbaharui isinya.
4. Bagaimana data diproses agar menjadi informasi yang lebih berguna bagi pembuat keputusan.
5. Bagaimana informasi yang baik dilakukan.
6. Bagaimana transaksi berhasil.

e. **Pemantauan (*Monitoring*)**

Pemantauan adalah kegiatan untuk mengikuti jalannya system informasi akuntansi, sehingga apabila ada sesuatu berjalan tidak seperti yang diharapkan, dapat segera diambil tindakan. Berbagai bentuk pemantaua didalam perusahaan dapat dilaksanakan melalui proses berikut ini :

1. Supervise yang efektif yaitu manajemen yang lebih atas mengawasi manajemen dan karyawan dibawahnya.
2. Akuntansi pertanggung jawaban yaitu perusahaan menerapkan suatu system akuntansi yang tidak dapat digunakan untuk menilai kinerja masing-masing manager, masing-masing departemen dan masing-masing proses yang dijalankan oleh perusahaan.

Dalam sebuah organisasi, setiap transaksi, setiap transaksi yang harus terjadi harus berdasarkan otorisasi pejabat yang memiliki wewenang untuk menyetujui terjadinya transaksi tersebut. Oleh karena itu, suatu organisasi harus dibuat suatu system yang mengatur pembagian wewenang untuk otorisasi atas terlaksananya setiap transaksi. Selanjutnya, prosedur pencatatan yang baik akan menghasilkan informasi yang diteliti dan dapat dipercaya mengenai keekayaan, utang, pendapatan dan biaya suatu organisasi.

2.1.4 Kegiatan Pengendalian Intern

Kegiatan pengendalian intern adalah suatu tindakan yang dibutuhkan untuk mengatasi resiko. Menurut Sujarweni (2015 : 74) kegiatan pengendalian intern diantaranya yaitu :

- a. Pemberian otorisasi atau transaksi dan kegiatan. Otorisasi bisa dilakukan dengan cara membubuhkan tanda tangan sebagai bentuk persetujuan dari atasan
- b. Pembagian tugas dan tanggung jawab berdasarkan struktur organisasi yang telah dibuat perusahaan.
 1. Tanggung jawab untuk pelaksanaan suatu transaksi, pencatatan transaksi, penyimpangan aktiva yang dihasilkan dari suatu transaksi harus ditugaskan kepada bagian atau orang yang berbeda.
 2. Berbagai tahap dalam pelaksanaan suatu transaksi harus ditugaskan kepada orang atau bagian yang berbeda.
 3. Tanggung jawab kegiatan akuntansi tertentu harus dipisahkan

4. Harus ada pemisahan yang tegas antara petugas dalam bagian tertentu dan antara bagian tertentu dengan bagian pemakai.
- c. Dokumen dan catatan disusun secara urut untuk mempermudah
 - d. Perlindungan yang ketat terhadap kekayaan dan catatan perusahaan.
Perlindungan ketat ini meliputi:
 1. Antara pencatatan dan pembawa kas harus berbeda orangnya.
 2. Otorisasi. Yaitu setiap pengeluaran uang harus diotorisasi pihak berwenang.
 3. Pembagian tugas dan tanggung jawab yang baik.
 4. Penyelenggaraan catatan dan penyajian informasi yang akurat.
 5. Pembatasan akses fisik terhadap kas dan berbagai dokumen penting.
 6. Tersedia tempat penyimpanan yang baik
 7. Pembatasan akses ruang-ruang penting.
 8. Pengawasan yang ketat.
 - e. Pengecekan terhadap kinerja perusahaan, yaitu dapat dilakukan dengan cara:
 1. Membuat rekonsiliasi antara catatan perusahaan dengan bank
 2. Melakukan stock opname.

2.1.5 SAS No. 94 : Standar Baru Tentang Teknologi dan Internal

SAS No.94 adalah salah satu konsep bahwa cara pembuktian pengendalian intern dapat diperoleh dari pengujian control yang dilakukan untuk memperoleh pemahaman. Materi pembuktian seperti itu dapat juga datang dari prosedur yang tidak secara khusus direncanakan untuk menguji control, tetapi bagaimanapun memberikan masalah bukti tentang efektivitas desain dan operasi control.

SAS baru juga menunjukkan bahwa teknologi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dengan cara berikut :

- a. Secara konsisten menerapkan aturan bisnis yang telah ditentukan dan melakukan perhitungan yang rumit saat memproses transaksi atau data volume besar.
- b. Meningkatkan ketepatan waktu, ketersediaan dan keakuratan informasi.

- c. Memfasilitasi analisis informasi tambahan.
- d. Meningkatkan kemampuan untuk memantau kinerja kegiatan entitas dan kebijakan serta prosedurnya.
- e. Mengurangi resiko bahwa control akan dielakkan.
- f. Meningkatkan kemampuan untuk mencapai pemisahan tugas yang efektif dengan menerapkan control keamanan dalam aplikasi, database dan system operasi

SAS 94 menjelaskan pengendalian yang dibutuhkan untuk memastikan bahwa entri berulang dan tidak berulang secara resmi, lengkap dan benar dicatat dalam mempengaruhi ekativitas control. Aplikasi kontrol memerlukan penggunaan TI untuk memulai, merekam, memproses dan melaporkan transaksi. Contohnya meliputi mengedit data input, cek urutan numeric dan sebagainya. Control umum adalah kebijakan dan prosedur yang mendukung efektivitas perusahaan pengendalian aplikasi dengan membantu memastikan pengoperasian lanjutan dari system informasi. SAS 94 mengidentifikasi manfaat potensial dari TI dalam efektivitas pengendalian internal, termasuk aplikasi yang konsisten dari aturan bisnis dan kinerja perhitungan kompleks, ketepatan waktu ditingkatkan, ketersediaan, informasi dan kemampuan ditingkatkan untuk mencapai pemisahan tugas yang efektif dengan menerapkan kontrol keamanan dalam aplikasi, database, dan sistem operasi. SAS 94 juga menekankan bahwa dokumentasi lebih-luas (misalnya, diagram alur dan tabel) mungkin diperlukan untuk mendukung evaluasi pengendalian internal. Untuk pernyataan yang spesifik yang terlibat, pengendalian intern harus mempertimbangkan :

- a. Sifat penegasan
- b. Volume transaksi atau data penjualan
- c. Sifat dan kompleksitas system termasuk penggunaan teknologi, dimana perusahaan memproses dan mengontrol informasi yang mendukung pernyataan tersebut.

Pengembangan aktivitas pengendalian yang berhubungan dengan kebijakan dan prosedur umumnya masuk ke dalam 5 jenis aktivitas pengendalian intern yaitu :

a. Otorisasi Transaksi

- Dokumen bernomor urut.
- Otorisasi umum berarti bahwa manajemen menetapkan kebijakan untuk diikuti organisasi.
- Otorisasi khusus berlaku bagi transaksi individual.

b. Pemisahan Tugas dan Tanggung Jawab

- Pemisahan otorisasi transaksi dari penjagaan asset terkait
- Pemisahan tanggung jawab operasional dari tanggung jawab penyimpanan catatan
- Pemisahan kewajiban TI dari departemen pemakai

c. Dokumen dan Catatan yang Memadai

- Cukup sederhana untuk memastikan bahwa akan dipahami dengan jelas contohnya : dokumen pesanan penjualan, buku besar pembantu piutang, buku besar umum, buku besar pembantu persediaan, pengendalian persediaan.
- Dibuat untuk mendorong persiapan yang benar.

d. Pengendalian Akses Keamanan

Ada 3 kategori pengendalian yang berhubungan dengan melindungi peralatan TI, program dan arsip data, yaitu : (1) kendali fisik untuk melindungi fasilitas computer. (2) pengendalian akses untuk memastikan bahwa hanya orang-orang yang berhak yang dapat menggunakan peralatan dan mempunyai akses ke perangkat lunak dan arsip data. Akses tidak langsung ke aktiva dapat dicapai dengan mendapat akses ke berbagai catatan dokumen yang mengendalikan penggunaannya dan kepemilikannya. Pengendalian akses yang dibutuhkan untuk melindungi catatan akuntansi akan tergantung karakteristik teknologi system akuntansinya

e. Verifikasi Independen

Verifikasi dilakukan setelah kejadian, oleh orang yang bukan secara langsung terlibat dalam transaksi terkait. Melalui Verifikasi Independen, manajemen dapat menilai : (1) kinerja perorangan. (2) integritas pemrosesan transaksi. (3) kebenaran data yang ada dalam catatan akuntansi. Kebutuhan akan verifikasi independen timbul karena pengendalian internal cenderung untuk berubah seiring waktu kecuali jika ada suatu mekanisme untuk tinjauan ulang yang sering.

2.1.6 Penyebab Gagalnya Pengawasan

Pengawasan yang telah dilakukan oleh perusahaan sedemikian rupa ada kemungkinan gagal dilakukan. Menurut Winarno (2006:11) penyebab kegagalan antara lain :

- a. Adanya persekongkolan antara karyawan untuk melakukan kecurangan.
- b. Pengawasan kurang ditegakkan
- c. Adanya kejahatan computer, perusahaan yang sudah menggunakan komputerisasi dalam semua pencatatan dapat dihack oleh para hacker, yaitu orang yang dapat merubah data sehingga tidak sesuai dengan aslinya.

2.2 Piutang

2.2.1 Pengertian dan Tujuan Piutang

Piutang (*receivable*) merupakan salah satu aktiva lancar, yaitu aktiva yang dapat dicairkan menjadi kas, dijual atau dipakai habis dalam waktu satu tahun dalam siklus kegiatan normal perusahaan. Berikut ini merupakan beberapa pengertian piutang :

Menurut Soemarso (2009:338) piutang merupakan pemberian kelonggaran yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dalam membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan.

Menurut Heri Harjono Mulyo (2007:53) Piutang dalam arti luas adalah hak klaim terhadap pihak lain atas uang, barang dan jasa. Sedangkan dalam arti sempit, piutang adalah klaim yang diharapkan akan diselesaikan melalui penerimaan cash.

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar bahwa pengertian piutang digunakan bagi semua hak atau klaim perusahaan terhadap pihak lain atas sejumlah uang, barang atau jasa. Klaim atas uang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dimana pembayarannya dilakukan dalam periode tertentu atau dalam bentuk pinjaman. Klaim atas barang, timbul apabila terjadi pembayaran barang dimana barang tersebut masih dalam perjalanan. Sedangkan klaim atas jasa, timbul karena sebelumnya telah terjadi pembayaran tunai atas barang atau jasa yang diminta. Piutang yang berasal dari penjualan barang atau jasa yang merupakan kegiatan normal perusahaan disebut piutang dagang atau piutang usaha. Sumber utama piutang berasal dari aktivitas normal perusahaan, yaitu barang dan jasa secara kredit kepada customer.

Sedangkan manajemen piutang adalah sebuah proses yang mendata, mengumpulkan dan menagih piutang perusahaan dari tangan konsumen. Sistem manajemen piutang yang baik akan menghindarkan dari kecurangan dana akibat dana yang macet ditangan koonsumen. Tujuan Manajemen Piutang itu sendiri yaitu : (1) untuk mengendalikan jumlah piutang, (2) mengelola dan mengorganisir piutang perusahaan agar semua piutang dapat ditagih dan diterima sebagai kas yang akan menghasilkan laba bagi perusahaan, (3) pemberian dan pengumpulan piutang serta mengevaluasi terhadap kebijakan kredit yang dijalankan perusahaan sehingga dana yang ternaman dalam piutang itu efisien dan efektif.

2.2.2 Klasifikasi Piutang

Menurut Kieso dkk (2004:341), piutang diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Piutang Dagang (*Trade Receivables*)

Merupakan jumlah yang terutang oleh pelanggan untuk barang dan jasa yang telah diberikan sebagai bagian dari operasi bisnis normal. Piutang dagang biasanya yang paling signifikan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

b. Piutang Usaha (*Account Receivables*)

Merupakan janji lisan dari pihak pembeli untuk membayar barang atau jasa yang dijual. Piutang usaha biasanya dapat ditagih dalam waktu 30-60hari dan

merupakan akun terbuka (*open account*) yang berasal dari perluasan kredit jangka pendek.

c. Piutang Non-Dagang (*Non-Trade Receivables*)

Merupakan jenis piutang yang berasal dari berbagai transaksi dan dapat berupa janji tertulis untuk membayar atau mengirimkan sesuatu.

Biasanya sumber utama piutang adalah aktivitas usaha normal perusahaan yaitu penjualan kredit atas barang-barang dan jasa pada pelanggan. Pengertian dari piutang usaha adalah piutang dagang yang tidak ada jaminan dan tidak didukung oleh bukti tertulis mengenai kesanggupan membayar pada tanggal yang telah ditentukan biasanya, disingkat sebagai piutang. Sedangkan wesel tagih adalah piutang dagang yang didukung oleh suatu bukti perjanjian tertulis mengenai kesanggupan membayar pada tanggal yang telah ditentukan.

2.2.3 Cara Mengatur Pemberian Piutang dan Tagihannya

Dalam transaksi penjualan secara kredit adalah suatu kesepakatan untuk melakukan transaksi. Didalam kesepakatan tersebut tertuang hak dan kewajiban masing-masing pihak. Misalnya, jumlah yang harus dibayar pelanggan. Disamping itu, adanya kebijakan terhadap penjualan kredit tersebut misalnya dilunasi sebelum jangka waktunya.

Dalam rangka meningkatkan penjualan secara kredit, maka perusahaan dagang perlu menetapkan kebijakan kredit. Tujuannya agar penjual kredit yang diberikan akan memberikan keuntungan seperti yang diinginkan. Penundaan atau keterlambatan pembayaran oleh debitur akan merugikan perusahaan pemberi, apalagi debitur yang tidak mampu mengembalikannya. Oleh karena itu, dalam memberikan atau menjual barang secara angsuran ada beberapa kebijakan yang harus dilakukan. Kebijakan kredit ini meliputi :

a. Standar Kredit

Standar kredit adalah satu kriteria yang dipakai perusahaan untuk menyeleksi para langganan yang akan diberi kredit dan berapa jumlah yang harus diberikan. Dengan adanya standar tersebut, perusahaan dapat

meningkatkan penjualannya melalui penjualan secara kredit namun tidak menimbulkan resiko piutang tak tertagih yang berlebihan. Perusahaan harus menentukan standar kredit yang tepat, yang lebih besar manfaat yang akan diperoleh bagi perusahaan daripada biaya yang dikeluarkan perusahaan tersebut.

b. Syarat Kredit

Syarat kredit adalah kondisi pembayaran kredit yang ditawarkan kepada pelanggan, syarat kredit meliputi periode kredit dan potongan tunai. Periode kredit adalah jangka waktu dimulai dari ketika kredit diberikan, setelah itu kredit dianggap tertunggak. Secara umum, periode kredit dimulai pada tanggal tertera difaktur tapi tergantung dari standar tiap perusahaan. Periode pembayaran bisa dimulai ketika barang diangkut, ketika barang diterima pembeli pada waktu tertentu sesuai syarat kredit.

Dalam syarat kredit ini ditentukan jangka waktu kredit yang diberikan kepada pelanggan dan besar cash discount yang diberikan seandainya pelanggan tersebut membayar lebih cepat atau sebelum tenggang waktu tertentu berakhir.

c. Pengumpulan Piutang

Kebijakan kredit dan pengumpulan piutang menurut Agus Sartono (2014:435) mencakup beberapa keputusan : (1) kualitas *account accepted*. (2) periode kredit. (3) potongan tunai. (4) persyaratan khusus, dan (5) tingkat pengeluaran untuk pengumpulan piutang.

Apabila pelanggan terlambat untuk membayar tagihannya, maka perusahaan perlu mengambil tindakan nyata untuk menyelamatkan kredit tersebut agar tidak macet. Tindakan atau kebijakan yang dapat dilakukan meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Melalui teguran yang dilakukan melalui surat dan telepon. Teguran ini dapat bersifat mengingatkan, misalnya sebelum kredit jatuh tempo pelanggan ditelepon dengan teguran halus. Kemudian teguran dapat

pula bersifat menyuruh pelanggan untuk segera membayar dan memastikan tanggal kapan pelanggan akan membayar.

2. Apabila melalui teguran baik surat maupun telepon sudah tidak ditanggapi, maka perusahaan dapat menyerahkan penagihan ke bagian penagih semacam *debt collector* untuk menagih kredit tersebut hingga tertagih.

d. Menganalisa Umur Piutang

Perputaran piutang harus dikendalikan dengan menyusun table umur piutang, dimana dalam table tersebut dapat diketahui jumlah piutang yang segera dapat ditagih dan lambat ditagih, serta dapat diketahui penghutang atau debitur yang baik dan buruk. Makin panjang umur piutangnya, makin buruk kondisi perusahaan karena makin lama piutang tersebut menjadi uang tunai (kas). Manager keuangan harus control ketat jangka waktu penagihan dan skedul umur piutang. Unsur ini untuk mengetahui efektifitas bagian penagihan menjalankan tugasnya. Jika jangka waktu penagihan makin panjang an rasio umur piutang yang melewati jatuh tempo makin besar, maka harus diadakan peninjauan kembali kebijakan penjualan kredit.

2.2.4 Pengakuan Piutang

Dalam sebagian besar transaksi piutang, jumlah yang harus diakui adalah harga pertukaran diantara kedua belah pihak. Harga pertukaran adalah jumlah yang terhutang dari debitur (seorang pelanggan) dan umumnya dibuktikan dengan beberapa jenis dokumen bisnis, biasanya berupa faktur (*invoice*). Dua faktor yang bisa memperumit pengukuran harga pertukaran menurut Keiso dkk (2002:386) adalah ketersediaan diskon dan lamanya waktu antara tanggal penjualan dan tanggal jatuh tempo pembayaran.

a. Diskon Penjualan

Pelanggan seringkali mengutip harga berdasarkan daftar katalog harga yang menyediakan diskon penjualan. Diskon penjualan semacam itu digunakan untuk menghindari perubahan yang sering terjadi dalam katalog,

ntuk mengutip harga yang berbeda bagi pembelian dalam kuantitas yang berbeda atau menyembunyikan harga faktur yang sebenarnya dari pesaing.

b. Diskon Tunai

Diskon tunai diberikan sebagai *iming-iming* agar pembeli melakukan pembayaran secepatnya. Perusahaan yang tidak memanfaatkan diskon penjualan, biasanya tidak menggunakan uang mereka secara menguntungkan. Atau sedikitnya, menghemat biaya suku bunga. Untuk alasan ini, perusahaan biasanya memanfaatkan diskon tersebut kecuali kalau kasnya sangat terbatas.

Metode yang paling mudah dan umum digunakan untuk mencatat transaksi penjualan dan diskon penjualan terkait adalah mencatat piutang dan penjualan dalam jumlah kotor. Menurut metode ini, diskon penjualan hanya diakui dalam akun apabila pembayaran diterima dalam periode diskon. Diskon penjualan lalu akan ditunjukkan dalam laporan laba rugi sebagai pengurang atas penjualan produk untuk mendapatkan penjualan bersih.

c. Tidak ada pengakuan atas unsur bunga

Idealnya, piutang harus diukur dalam istilah nilai sekarang, yaitu nilai diskonto dari kas yang akan diterima dimasa depan. Jika ekspektasi penerimaan kas memerlukan periode tunggu, maka jumlah nominal piutang tidak sama dengan jumlah yang akan diterima.

2.2.5 Penilaian Piutang

Setelah mencatat piutang usaha pada nilai nominalnya (jumlah yang akan jatuh tempo) maka seorang staff akuntansi akan menghadapi masalah mengenai penyajian laporan keuangan, yaitu pelaporan piutang yang melibatkan klasifikasi (penentuan lamanya waktu setiap piutang akan beredar) dan penilaian didalam neraca.

Kieso dkk (2004:344) Penilaian piutang pada dasarnya sedikit lebih kompleks. Piutang jangka pendek dinilai dan dilaporkan pada nilai realisasi bersih, yaitu jumlah bersih yang diperkirakan akan diterima dalam bentuk kas, yang tidak selalu serupa dengan jumlah yang secara resmi merupakan piutang. Penentuan nilai

realisasi bersih ini memerlukan estimasi baik atas piutang tak tertagih maupun retur penjualan dan pengurangan harga yang diberikan (diskon).

2.2.6 Pengawasan Piutang

Menurut Skousen dan Stice (2001:371) baha para manager sebagaimana juga para pemakai eksternal informasi keuangan perlu mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan aktiva operasi, khususnya unsur-unsur modal kerja yang signifikan seperti piutang, persediaan dan utang dagang. Dua hubungan yang paling umum digunakan untuk memonitor piutang adalah perputaran piutang dagang dan jumlah penjualan hari-hari dalam piutang.

a. Perputaran Piutang Dagang

Jumlah piutang yang biasanya mempunyai hubungan erat dengan volume penjualan kredit. Posisi piutang dan waktu penarikan yang tepat mungkin dievaluasi dengan perhitungan perputaran piutang dagang. Tingkat yang ditentukan dengan membagikan penjualan kredit belum diketahui dengan piutang dagang rata-rata, saldo bulanan seharusnya digunakan jika tersedia.

b. Jumlah hari penjualan dalam piutang

Piutang rata-rata kadang diungkapkan dalam jumlah hari penjualan dalam piutang, yang menunjukkan.

2.3 Penjualan Kredit

2.3.1 Pengertian Penjualan Kredit

Mulyadi (2001:220) penjualan kredit adalah system yang dilaksanakan oleh perusahaan melalui cara pengiriman barang yang sesuai order yang mereka terima dari pembeli. Selain itu dalam jangka waktu tertentu perusahaan memiliki nilai tagihan pada pembeli yang melakukan order tersebut. Untuk tagihan yang dikenakan tersebut sang pembeli harus menyerahkan tagihannya pada penjual terkait.

Soemaraso (2009:160) penjualan kredit adalah transaksi antar perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang.

Sungguh (1999:96) penjualan barang secara kredit adalah penjualan dimana pelunasannya adalah dengan cara angsuran dalam suatu periode tertentu yang telah disetujui.

Sesuai penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan kredit merupakan jenis transaksi penjualan yang dilakukan oleh kedua pihak sebagai pembeli dan penjual tetapi dengan system pembayaran yang menggunakan jangka waktu yang sudah ditentukan atau disepakati kedua belah pihak.

2.3.2 Prosedur Penjualan Kredit

Sebagaimana dikemukakan oleh Mulyadi (2001:209), dalam penjualan kredit terdapat beberapa prosedur yang dilakukan antara lain prosedur order penjualan, prosedur persetujuan kredit, prosedur pengiriman, prosedur penagihan, prosedur pencatatan piutang dan prosedur distribusi penjualan.

a. Prosedur Order Penjualan

Bagian penjualan menerima order dari pembeli dan menambahkan informasi penting pada surat order dari pembeli. Kemudian bagian penjualan membuat surat order pengiriman dan mengirimkannya kepada berbagai bagian lain untuk memungkinkan bagian tersebut memberikan kontribusi dalam melayani order dari pembeli.

b. Prosedur Persetujuan Kredit

Bagian penjualan meminta persetujuan penjualan kredit dari bagian kredit, bagian penjualan mempunyai kecenderungan untuk menjual barang sebanyak-banyaknya sehingga seringkali mengabaikan dapat ditagihnya atau tidak piutang yang timbul dari transaksi tersebut. Oleh karena itu diperlukan pengecekan intern terhadap status kredit pembeli sebelum transaksi penjualan kredit dilaksanakan. Persetujuan atas pemberian kredit lazimnya diberikan oleh kepala bagian kredit dengan sepengetahuan pimpinan perusahaan.

c. **Prosedur Pengiriman**

Apabila permohonan kredit sudah disetujui maka bagian pengiriman akan mengirimkan barang kepada pembeli sesuai dengan informasi yang tercantum dalam surat order pengiriman yang diterima oleh bagian pengiriman.

d. **Prosedur Penagihan**

Dalam prosedur ini bagian penagihan membuat faktur penjualan dan mengirimkannya kepada pembeli.

e. **Prosedur Pencatatan Piutang**

Setelah faktur penjualan diterbitkan, bagian akuntansi mencatat tembusan faktur penjualan ke dalam kartu piutang.

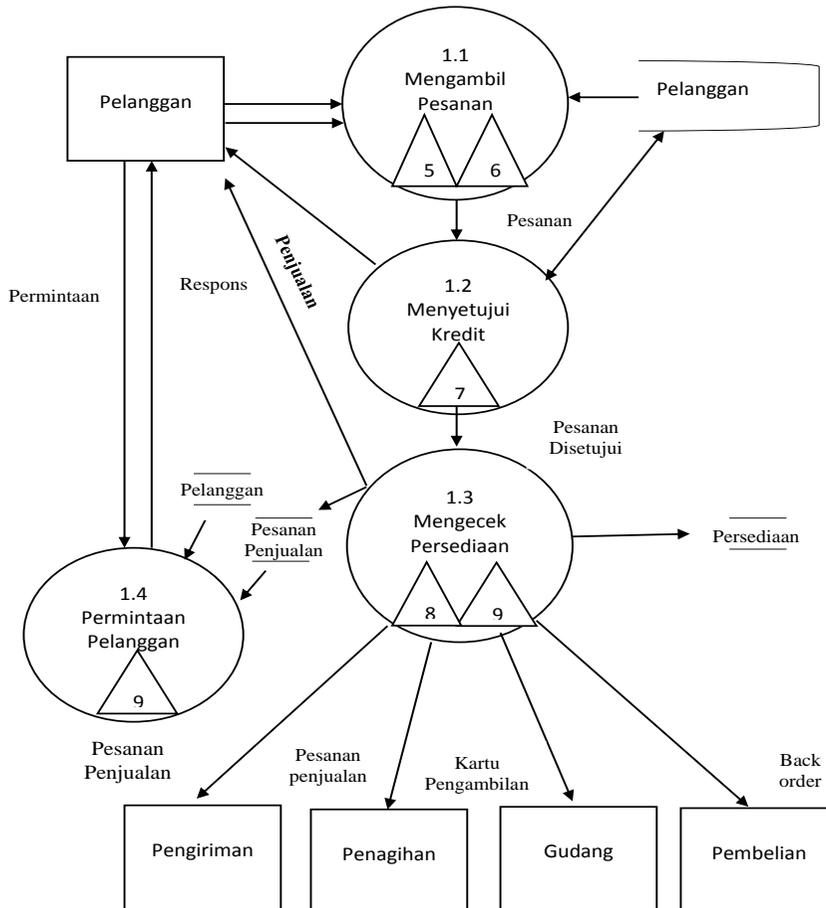
f. **Prosedur Distribusi Penjualan**

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mendistribusikan data penjualan menurut informasi yang diperlukan oleh manajemen.

2.3.3 Bagan Alir Penjualan Kredit

Menurut Marshall B. Romney (2017) system informasi akuntansi dapat dijelaskan dengan menggunakan bagan alir dokumen. Gambar 2.1 disajikan diagram arus data entry pesanan penjualan kredit

Gambar 2.1
Bagan Sistem Penjualan Kredit



Sumber : Marshall B. Romney (2017)

Menurut Marshall B. Romney (2017), Diagram Arus Data Entry Pesanan Penjualan Kredit akan dijelaskan sebagai berikut :

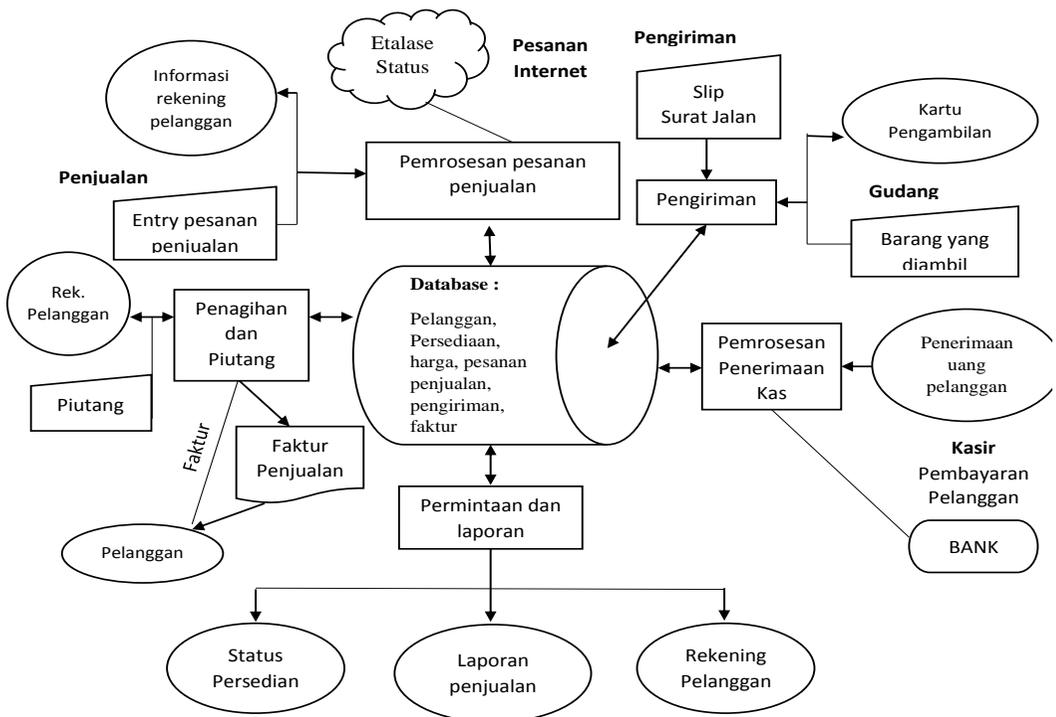
Salah satu cara untuk membuat para pelanggan melangkapi sebuah formulit dalam situs peusahaan tersebut. cara lain bagi pelanggan untuk mengirimkan pesan secara elektronik (*electronic data interchange*) dengan format yang kompatibel dengan system pemrosesan pesanan penjuulan perusahaan. Kedua teknik tersebut

meningkatkan efisiensi dan pemotongan biaya dengan mengeleminasi kebutuhan keterlibatan manusia dalam proses entry pesanan penjualan. Gambar diatas menjelaskan bagaimana perkembangan system penjualan terbaru. Kode QR dapat meningkatkan efisiensi dalam berinteraksi dengan para pelanggan.

Selain memotong biaya, situs yang dibuat juga menyediakan peluang untuk meningkatkan pejualan. Salah satu tteknik yang digunakan oleh banyak pengecer internet adalah menggunakan informasi sejarah penjualan untuk membuat pesan pemasaran yang disesuaikan dengan individu. Sebagai contoh, setiap kali seorang pelanggan memilih belanja buku, situs internet menyarankan buku-buku terkait yang telah dibeli pelanggan lain, ketika pembeli satu yang pelanggan tersebut memilih buku yang disarankan muncul sejarah dan informasi penjualan buku tersebut.

Gambar 2.2

Bagan Penjualan Kredit Serta Penagihannya



Sumber : Marshall B. Romney (2017)

Menurut Marshall B. Romney (2017), Proses Bagan Sistem Penjualan Kredit serta Penagihannya akan dijelaskan sebagai berikut :

Para pelanggan dapat menempatkan pesanan secara langsung melalui internet. Kemudian, departemen penjualan menggunakan laptop portable untuk memasukkan pesanan lalu menghubungi para pelanggan. Departemen penjualan memasukkan pesanan pelanggan yang diterima melalui telepon maupun surat. Terlepas dari bagaimana sebuah proses diterima sebelumnya, system dengan cepat memverifikasi kelayakan kredit pelanggan, mengecek ketersediaan persediaan dan memberitahu departemen gudang dan pengiriman mengenai penjualan yang disetujui. Para pegawai gudang dan pengiriman memasukkan data mengenai aktivitas mereka segera setelah aktivitas dijalankan, sehingga memperbarui informasi mengenai status persediaan secara *real time*. Program faktur berjalan dengan modus kelompok (*batch*), menghasilkan faktur kertas atau elektronik bagi para pelanggan yang memerlukan faktur. Beberapa pelanggan masih mengirimkan cek kepada satu Bank daerah yang telah menetapkan peti uang elektroniknya, tetapi peningkatan jumlah yang menggunakan layanan pembayaran tagihan secara *online* Bank mereka. Setiap hari Bank tersebut mengirimkan sebuah file yang berisi data pengiriman uang yang digunakan kasir untuk memperbarui saldo rekening kas perusahaan dan digunakan departemen piutang untuk memperbarui rekening pelanggan.

2.3.4 Fungsi Penagihan Piutang

Fungsi Penagihan ini bertanggungjawab untuk membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan, serta menyediakan copy faktur bagi kepentingan pencatatan transaksi penjualan oleh fungsi akuntansi. Pada bagian penagihan, memerlukan dokumen Faktur dan Tembusannya yang akan digunakan sebagai berikut:

- a. Faktur penjualan merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang. Faktur Penjualan Dokumen ini merupakan lembar pertama yang dikirim oleh fungsi penagihan kepada pelanggan.

Jumlah lembar faktur penjualan yang dikirim kepada pelanggan adalah tergantung dari permintaan pelanggan.

- b. Tembusan Piutang Dokumen ini merupakan tembusan yang dikirimkan oleh fungsi penagihan ke fungsi akuntansi sebagai dasar untuk mencatat piutang dalam kartu piutang

Prosedur Penjualan Kredit Berikut ini adalah penjelasan untuk Prosedur Penjualan Kredit adalah sebagai berikut:

- a. Bagian Order Penjualan

Bagian order penjualan dalam prosedur ini fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan menambahkan informasi penting pada surat order dari pembeli. Fungsi penjualan kemudian membuat faktur penjualan kartu kredit dan mengirimkannya kepada berbagai fungsi yang lain untuk memungkinkan fungsi tersebut memberikan kontribusi dalam melayani order dari pembeli.

- b. Bagian Gudang

Bagian gudang dalam prosedur ini fungsi gudang menyiapkan barang yang telah di order oleh pelanggan/pembeli dan mempersiapkan penge-pakan barang untuk barang tersebut di kirimkan oleh bagian pengiriman.

- c. Bagian Pengiriman

Bagian pengiriman dalam prosedur ini fungsi pengiriman mengirimkan barang kepada pembeli sesuai dengan informasi yang tercantum dalam faktur penjualan kartu kredit yang diterima dari fungsi gudang. Pada saat penyerahan barang, fungsi pengiriman meminta tanda tangan penerimaan barang dari pemegang kartu kredit di atas faktur penjualan kartu kredit

- d. Bagian Pencatatan Piutang

Bagian pencatatan piutang dalam prosedur ini fungsi akuntansi mencatat tembusan faktur penjualan kartu kredit kedalam kartu piutang.

e. Bagian Penagihan

Bagian penagihan dalam prosedur ini fungsi penagihan menerima faktur penjualan kartu kredit dan mengarsipkannya menurut abjad. Secara periodik fungsi penagihan membuat surat tagihan dan mengirimkannya kepada pemegang kartu kredit perusahaan, dilampiri dengan faktur penjualan kartu kredit.

f. Bagian Pencatatan Penjualan

Bagian pencatatan penjualan dalam prosedur ini fungsi akuntansi mencatat transaksi penjualan kartu kredit ke dalam jurnal penjualan.

Dokumen-dokumen yang digunakan dalam penjualan kredit adalah sebagai berikut :

a. Surat Order Pengiriman

Surat order pengiriman merupakan dokumen pokok untuk memproses penjualan kredit kepada pelanggan.

b. Faktur Penjualan dan Tembusan

Faktur penjualan merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang tembusan surat order pengiriman terdiri dari:

1. Faktur penjualan. Merupakan lembar pertama yang dikirim oleh fungsi penagihan kepada pelanggan
2. Tembusan piutang. Merupakan tembusan faktur yang dikirim oleh fungsi penagihan dan akuntansi sebagai dasar untuk mencatat piutang kedalam buku besar.
3. Rekapitulasi Harga Pokok Penjualan. Merupakan dokumen pendukung yang digunakan untuk menghitung total harga pokok produk yang dijual selama periode akuntansi. Data yang dicantumkan dalam rekapitulasi harga pokok penjualan berasal dari kartu persediaan. Secara periodik harga pokok yang dijual selama jangka waktu tertentu dihitung dalam rangka rekapitulasi harga pokok penjualan dan kemudian dibuatkan

dokumen sumber berupa bukti memorial untuk harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

4. **Bukti Memorial.** Merupakan dokumen sumber untuk dasar pencatatan kedalam jurnal umum. Dalam sistem penjualan kredit, bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

2.3.5 Standar Pemberian Kredit

Dari system penjualan kredit, perusahaan perlu juga untuk melakukan seleksi pelanggan sebagai pengendalian agar tidak terjadi piutang tak tertagih karena ketidakmampuan pelanggan dalam melunasi kewajibannya. Kebijakan penjualan kredit merupakan cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah seorang pelanggan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau jumlah yang akan diberikan tersebut.

Menurut Agus Sartono (2001:432) Standar kredit adalah suatu kriteria yang dipakai perusahaan untuk menyeleksi para pelanggan yang akan diberi kredit dan berapa jumlah yang akan diberikan.

Hal-hal seperti nama baik pelanggan sehubungan dengan kredit atau pembayaran utang dagangnya baik dengan perusahaan sendiri maupun ke perusahaan lainnya, rata-rata jangka waktu pembagian utang dagang tertentu dari perusahaan langganan akan dapat memberikan suatu dasar penilaian bagi perusahaan sebelum memberikan atau melakukan penjualan kredit.

Menurut Bambang Riyanto (2001:87) resiko kredit adalah resiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada pelanggan, oleh karena itu sebelum perusahaan memberikan terlebih dahulu atau menyetujui kredit perusahaan harus melakukan penilaian terlebih dahulu terhadap calon pelanggan.

Lukman Syamsyudin (2007:264) berpendapat bahwa ada 2 faktor yang harus dilakukan dalam mengadakan penilaian terhadap calon pelanggan yang akan diberikan kredit, yaitu :

- a. Memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan pelanggan, misalnya dengan jalan mengisi formulir-formulir sehubungan dengan financial perusahaan, informs tentang pembelian kredit yang pernah dilakukan ataupun referensi kredit. Bilamana sebelum perusahaan sudah pernah melakukan penjualan kredit kepada pelanggan tersebut maka perusahaan akan mempunyai informasi historis tentang pola pembayaran hutang dagang dari pelanggan tersebut.
- b. Menganalisa laporan keuangan dari buku besar untuk menentukan umur rata-rata utang dagang calon langganan selama ini.

Kedua faktor tersebut bukanlah merupakan faktor penentu yang bersifat magis dalam keputusan-keputusan kredit yang diberikan, namun hal tersebut akan dapat memberikan pedoman secara umum kepada perusahaan dalam memilih langkah-langkah yang diambil sehubungan dengan penjualan kredit yang dilakukannya,

2.3.6 Kebijakan Pemberian Kredit

Kebijakan kredit adalah suatu kebijakan yang perlu pertimbangan dalam memberi kredit kepada para pelanggan. Kebijakan kredit yang baik adalah membandingkan antara resiko dan profitabilitas. Apabila perusahaan menurunkan standar kreditnya, maka penjualan akan meningkat yang berarti meningkatkan piutang dagang dan ini akan membawa keuntungan yang besar. Tetapi dengan peningkatan piutang dagang ini ini berarti perusahaan harus menanggung beban investasi pada piutang yang semakin besar ditambah kemungkinan piutang yang tidak bisa terkumpul. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam kebijakan kredit adalah :

- a. Standar Kredit.

Penentuan standar kredit pada dasarnya merupakan trade off antara peningkatan penjualan dan peningkatan resiko tidak terbayarnya piutang. Apabila perusahaan menjalankan standar kredit yang sangat longgar, artinya hampir setiap pelanggan diperkenankan membeli dengan cara kredit, maka bisa diperkirakan bahwa penjualan memang akan meningkat tetapi resiko piutang yang tidak terbayar akan meningkat pula.

Menurut Syamsuddin (2002:256) mengatakan bahwa standar kredit dari suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai kriteria minimum yang wajib dipenuhi oleh setiap pelanggan sebelum memperoleh kredit.

b. Jangka Waktu Kredit

Cara ini ditempuh dengan memperpanjang waktu kredit dengan harapan agar penjualan bisa meningkat. Karena yang ditingkatkan hanyalah jangka waktu kredit, maka umumnya resiko tidak terbayangnya piutang tidak banyak berubah.

c. Pemberian Potongan atau Diskon

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah pemberian potongan kepada pembeli. Perusahaan bisa memberikan tambahan potongan untuk merangsang para pembeli. Perusahaan bisa memberikan potongan untuk merangsang para pembeli untuk melakukan pembelian dan membayar lebih cepat.

Menurut Adisaputro (2003:69) pengaruh penjualan kredit yang menyebabkan arus kas masuk dari penjualan kredit akan sangat tergantung pada jangka waktu kredit, kerajinan dari petugas penagih piutang, mutu, situasi pada umumnya. Kebijakan disini merupakan konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pemberian kredit. Beberapa kebijakan yang umum diterapkan perusahaan dalam hal pemberian kredit, yaitu :

- a. Menentukan batas maksimum kredit dari pelanggan.
- b. Menentukan jangka waktu kredit.
- c. Menentukan kriteria pelanggan.

Menurut Sarah Margaretha (2011:53) kebijakan kredit yang dilakukan perusahaan. Terdiri dari 5C yaitu mencakup :

- a. Karakter (*Character*). Yaitu menggambarkan keinginan atau kemauan para pembeli untuk memenuhi kewajiban sesuai dengan persyaratan yang telah

ditetapkan oleh penjual. Pola-pola pembayaran utang masa lalu yang dijadikan pedoman dalam menilai karakter seorang calon langganan.

- b. Kemampuan (*Capacity*). Yaitu menggambarkan kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Suatu perusahaan yang dianggap cukup baik dapat diperoleh dengan menilai posisi likuiditasnya dan proyeksi cash flow dari calon pelanggan.
- c. Modal (*Capital*). Merupakan penilaian finansial yang dilengkapi oleh pelanggan. Alat ukurnya adalah laporan keuangan.
- d. Jaminan (*Collateral*). Menggambarkan jumlah aktiva yang diberikan oleh pelanggan sebagai jaminan keamanan atas kredit yang diberikan.
- e. Kondisi (*Condition*). Merupakan gambaran/dampak perubahan kondisi perekonomian secara umum maupun industry terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

2.3.7 Fungsi-fungsi yang Terlibat dalam Sistem dan Prosedur Penjualan Kredit

Menurut Mulyadi dalam bukunya Sistem Akuntansi (2001:218), unit organisasi yang terkait dalam system akuntansi penjualan kredit yaitu :

a. Fungsi Penjualan

Fungsi ini bertanggungjawab untuk menerima order dari pelanggan, mengedit order dari pelanggan, meminta otorisasi kredit, menentukan tanggal pengiriman barang. Fungsi ini juga bertanggung jawab untuk membuat back order saat tidak tersedianya persediaan untuk memenuhi order dari pelanggan.

b. Fungsi Kredit

Fungsi ini bertanggung jawab untuk meneliti status kredit pelanggan dan memberikan otorisasi pemberian kredit kepada pelanggan.

c. Fungsi Gudang

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyimpan dan menyiapkan barang yang dipesan oleh pelanggan serta menyerahkan barang ke pengiriman.

d. Fungsi Pengiriman

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyerahkan barang atas dasar surat order pengiriman yang diterima dari fungsi penjualan.

e. Fungsi Penagihan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan.

f. Fungsi Akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat piutang transaksi penjualan kredit, membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada debitur dan membuat laporan penjualan serta mencatat harga pokok persediaan yang dijual kedalam kartu persediaan.

2.4 Pengendalian Intern atas Piutang

2.4.1 Tujuan Pengendalian Intern atas Piutang

Pemberian piutang dimaksudkan untuk meningkatkan volume penjualan bagi sebuah perusahaan. Diharapkan dengan meningkatnya volume penjualan, maka sebuah perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Namun ada beberapa resiko atas keberadaan piutang itu sendiri yang dapat merugikan perusahaan. Oleh sebab itu, perlu adanya pengendalian terhadap piutang tersebut. Untuk mengendalikan piutang, sebuah perusahaan perlu menetapkan kebijakan kreditnya. Kebijakan ini kemudian berfungsi sebagai standar. Apabila kemudian dalam pelaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang tidak dilakukan sesuai dengan standar yang ditetapkan, maka perusahaan perlu melakukan perbaikan.

Adapun tujuan melakukan pengendalian intern piutang adalah sebagai berikut:

- a. Meyakini bahwa piutang yang ada dapat ditagih.
- b. Ditaatinya kebijakan-kebijakan mengenai piutang.
- c. Piutang aman dari penyelewengan.

2.4.2 Karakteristik Pengendalian Intern atas Piutang

Output dari pengendalian intern piutang berupa informasi dalam bentuk laporan keuangan atau laporan manajemen lain sehingga karakteristik pengendalian intern piutang identik dengan karakter informasi seperti yang ungkapkan oleh Pomney dkk (1997:14) bahwa karakteristik informasi yang baik adalah :

a. Relevan

Agar bermanfaat, informasi yang disajikan harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan yang dihasilkan membantu para pemakai laporan mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang, menegaskan dan mengoreksi hasil evaluasi transaksi piutang dimasa lalu.

b. Keandalan (*Reliable*)

Informasi yang ada bebas dari error atau bias secara akurat mempresentasikan kejadian-kejadian yang ada didalam aktivitas perusahaan

c. Lengkap (*Complete*)

Informasi yang ada tidak meninggalkan aspek-aspek penting dari suatu kejadian atau aktivitas yang diukurnya.

d. Tepat Waktu (*Timelines*)

Informasi yang tersedia pada saat diperlukan oleh pengguna untuk mengambil keputusan.

e. Dapat Dimengerti (*Understandable*)

Informasi yang disajikan dalam tatanan tampilan yang berguna dan mudah dibaca

f. Diverifikasi (*Verifyable*)

Informasi yang tersedia dapat dibuktikan kebenarannya.

2.4.3 Pengendalian Intern atas Piutang

Pada prinsipnya pengendalian intern harus meminimalkan dan mendeteksi serta memperbaiki kesalahan ketika terjadi. Pelaksanaan system pengendalian intern atas

piutang harus menghasilkan suatu kepastian bahwa semua transaksi piutang telah dibubukan dan dapat dipertanggung jawabkan.

Pengendalian intern terhadap piutang dimulai dari penerimaan order penjualan terus persetujuan atas order, persetujuan pemberian kredit, pengiriman barang, pembuatan faktur, verifikasi faktur, pembukuan piutang, penagihan piutang yang akhirnya akan mempengaruhi saldo kas. Untuk menentukan tindakan apa yang perlu dilakukan dan menilai apakah bagian kredit telah bekerja dengan baik. Adapun pengendalian intern atas piutang secara keseluruhan antara lain sebagai berikut :

- a. Memisahkan fungsi pegawai atau bagian lain yang menangani transaksi penjualan (operasi) dan fungsi akuntansi untuk piutang
- b. Pegawai yang menangani piutang harus dipisahkan dari fungsi penerimaan hasil tagihan piutang.
- c. Semua transaksi pemberian kredit, pemberian potongan dan penghapusan piutang harus mendapatkan persetujuan dari pejabat yang berwenang.

2.4.4 Hubungan Pengendalian Intern Piutang Usaha dalam Meminimalkan Resiko Piutang

Pengendalian piutang bagi sebuah perusahaan adalah suatu hal yang penting untuk dilakukan agar kreditnya berjalan dengan lancar dan baik serta dapat meminimalkan hal-hal yang mungkin terjadi diluar perhitungan. Melakukan pengendalian piutang berarti melaksanakan, mengelola dan mengatur piutang atau kreditnya. Dilakukan perencanaan yang matang, diorganisasikan agar lebih terarah. Melaksanakan pengendalian piutang dapat meningkatkan profit atau keuntungan yang merupakan tujuan utama dalam perusahaan. Agar dapat mencapai hasil dan sasaran yang diinginkan, perlu diadakan pengelolaan yang baik terhadap piutang atau kreditnya, fungsi yang dilakukan sepenuhnya adalah pengendalian atau pengawasan.

Untuk mengetahui kondisi manajemen perkreditnya, suatu perusahaan pada umumnya memiliki pengendalian intern yang memuat klasifikasi keadaan kredit yang

diberikan. Untuk mempermudah piutangnya, pada umumnya banyak perusahaan menuangkan suatu besaran atau nilai yang menjadi standar dalam operasionalnya.

Dalam akuntansi penjualan kredit, pengendalian intern sangatlah dibutuhkan karena untuk mengurangi resiko kerugian yang akan dialami oleh perusahaan. System pengendalian intern yang memadai seperti struktur organisasi yang memisahkan fungsinya secara jelas, system dan prosedur pendelegasian wewenang untuk setiap bagian, praktek yang sehat dan pegawai yang cakap seluruhnya dapat terwujud apabila akuntansi penjualan kredit didukung dengan system pengendalian intern sehingga dapat memperkecil resiko kerugian perusahaan. Dengan adanya pengendalian intern, akan tercipta suatu sarana untuk menyusun, mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan transaksi penjualan yang secara tidak langsung dapat dijalankan dengan baik.

Tanpa pengendalian intern, piutang dapat menimbulkan kerugian terus menerus yang pada akhirnya menyebabkan perusahaan tidak dapat membayar kewajibannya, ketidakseimbangan dalam modal yang dimiliki dengan jumlah hutang yang dimiliki. Piutang yang terlalu besar juga akan merugikan Karena aktiva yang mengganggu terlalu banyak sehingga tidak dapat menghasilkan pendapatan. Adanya kecurangan yang dilakukan bisa mengakibatkan kerugian yang sangat besar, kecurangan bisa saja dalam bentuk korupsi ataupun memberi informasi yang salah.

Manfaat pengendalian intern piutang dalam meminimalkan resiko piutang tak tertagih yaitu mendeteksi kemungkinan kredit bermasalah dimulai pada saat kreditor melakukan analisa terhadap calon debitur ketika mengajukan permohonan kredit, karena kredit yang bermasalah merupakan sumber utama meningkatnya piutang tak tertagih. Makin tinggi rasio piutang tak tertagih akan menjadi masa kritis bagi kelangsungan hidup perusahaan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Olla Auryna (2009)	Peranan Pengendalian Intern Piutang dalam Meminimalkan Kerugian pada PT. Feredal International Finance Cabang Medan	Jenis data primer dengan metode penelitian kualitatif. Data primer dimabil dari pengamatan langsung dan juga diperoleh dari wawancara.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dilihat dari prosedur penjualan kredit dan kebijakan PT Federal telah disusun dengan memenuhi persyaratan pengendalian intern yang efektif. 2. PT Federal dalam melakukan pengendalian intern piutang telah menetapkan dan menilai berbagai resiko yang kemungkinan terjadi terhadap kelacaran penagihan piutang usahanya. Penilaian resiko telah dilaksanakan oleh pihak manajemen secara continue dan dipantau sepanjang aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan. 3. PT. Federal telah mendokumentasikan semua transaksi yang berhubungan dengan piutang usaha dan memiliki catatan serta laporan yang membantu manajemen dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang berkaitan dengan piutang usaha. 4. Verifikasi independen telah dilaksanakan

				<p>dengan mencocokkan laporan yang dibuat oleh masing-masing bagian. Pengecekan untuk penambahan piutang baru dilakukan oleh bagian kredit dengan bagian piutang. Demikian saldo piutang dilakukan oleh bagian kredit dengan bagian usaha.</p> <p>5. Dilihat dari rata-rata penerimaan piutang pada tahun 2006 dan 2005 pada PT Federal mengalami peningkatan hampir 40%, hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan piutang semakin baik.</p>
2.	Novi Arie Kardiyanti (2017)	Penerapan Pengendalian Intern Penjualan Kredit dalam Upaya Meminimalisir Piutang Tidak Tertagih pada PT Supralita Mandiri Cabang Sidoarjo	Jenis data primer dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data primer diambil dari pengamatan dan wawancara yang diolah peneliti.	<p>1. Secara keseluruhan, prosedur pengendalian intern penjualan kredit PT Supralita Mandiri belum berjalan memadai karena ada beberapa unsur yang belum diterapkan seperti masih adanya perangkapan fungsi penjualan dan penangihan, sehingga menyebabkan peluang terjadinya kecurangan cukup tinggi.</p> <p>2. Tidak adanya staff pengawas intern untuk mengawasi proses berjalannya standar intern perusahaan. Staff pengawas pusat diterjunkn ke cabang</p>

				<p>ketika masalah sudah dianggap parah.</p> <p>3. Belum adanya bagian surveyor untuk calon pelanggan yang akan mengajukan kredit sehingga kurang mengetahui kondisi calon pelanggan tersebut. Dalam hal ini sales yang menawarkan kredit kurang begitu detail dalam menyeleksi calon pelanggan dengan alasan agar dapat memenuhi target omset yang telah ditentukan.</p>
3.	Yuliani (2015)	Evaluasi Pencatatan dan Pengendalian Piutang Tak Tertagih pada PT. Furniture Ciputat Jaya	Jenis data primer dengan melakukan wawancara dan perhitungan atas laporan piutang perusahaan.	<p>1. Pengelolaan piutang yang diterapkan perusahaan melakukan pencatatan dengan mencatat nama pelanggan yang ingin melakukan pembelian kredit dengan syarat memberikan identitas lengkap untuk keperluan data, mengelompokkan nama pelanggan yang memiliki hutang kepada perusahaan berdasarkan keterlambatan pembayaran yang diterapkan.</p> <p>2. PT. Furniture Ciputat Jaya belum menerapkan analisis umur piutang dengan baik dan sesuai dengan akuntansi yang ada. Perusahaan hanya</p>

				<p>melakukan pencatatan sederhana untuk membuat laporan keuangan, tidak sedetail dengan pendekatan analisis umur piutang.</p> <p>3. Pencatatan piutang perusahaan dilakukan setiap ada transaksi penjualan secara kredit, jika ada pelanggan yang tidak mampu membayar yang disebabkan oleh beberapa faktor, perusahaan akan mengambil tindakan dengan cara menghapus piutang tak tertagih.</p> <p>4. Dalam pengelolaan piutang tak tertagih perusahaan tidak menggunakan metode pengendalian piutang seperti seharusnya yang ada. Perusahaan tidak mengetahui pentingnya menggunakan metode tertentu untuk pengendalian piutang tak tertagih..</p>
4.	Dwi Susanti (2016)	Peranan Pengendalian Intern Terhadap Sistem Penjualan Secara Kredit dan Penangihan Piutang Yang Telah Jatuh	Jenis data primer dengan metode penelitian kualitatif deskriptif yang diperoleh dari wawancara,	1. Terdapat perangkapan fungsi pada bagian pengiriman barang, perusahaan tidak memiliki bagian pengiriman, selama ini bagian pengiriman hanya ada supir sebagai bagian penagihan yang secara khusus sebagai

		Tempo pada PT. Bhisma Saktijaya Surabaya		<p>bagian dari bagian gudang.</p> <p>2. Perusahaan belum menerapkan standar yang lebih ketat dalam menagih bagi pelanggan yang piutangnya telah melebihi tanggal jatuh tempo.</p> <p>3. PT. Bhisma Saktijaya melakukan penagihan kepada pelanggan berdasarkan tanda terima yang diterima pada saat mengirim faktur penjualan. Penagihan dilakukan dengan cara mengirim surat, telepon atau jika pelanggan belum juga melunasi hutangnya maka collector akan datang langsung untuk melakukan penagihan piutang.</p>
5.	Anderson Marbun (2006)	Peranan Pengendalian Internal Dalam Menunjang Efektivitas Sistem Pemberian Kredit Usaha Kecil dan Menengah	Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, yang berupa system pengendalian kredit serta pengendalian internal yang ada dalam Koperasi Simpan Pinjam Artha Jaya Sentosa.	<p>1. Mengidentifikasi system Pengendalian internal pada perusahaan dalam penerapannya menurut SAS 94.</p> <p>2. Efektivitas system pemberian kredit telah tercapai dari pelaksanaan prinsip dan prosedur pemberian kredit yang sehat dan kelancaran pengembalian hutang pokok dan bunga serta kesesuaian kreditnya.</p> <p>3. System pengendalian internal yang ada di Koperasi Simpan</p>

				Pinjam Artha Jaya Sentosa telah mampu mencegah terjadinya penyalahgunaan wewenang.
6.	Hendra Leonardo Agustanto (2015)	Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Pada Siklus Pendapatan Guna Meningkatkan Pengendalian Internal Perusahaan Yang Menjual Komponen Sepeda Motor	Desain Penelitian yaitu tidak menggunakan variabel dan hipotesis, penelitian menggunakan studi kasus yang berkaitan dengan system inoformasi siklus pendapatan pada CV. X	<p>1. Perancangan sistem informasi akuntansi terkomputerisasi pada CV X bertujuan untuk meningkatkan pengendalian internal perusahaan. Pengendalian internal tersebut mengacu pada pengendalian internal menurut SAS 94.</p> <p>2. Ditemukan beberapa kelemahan sebagai berikut: (a) Pengendalian internal perusahaan yang masih kurang, (b) Pembuatan laporan membutuhkan waktu yang lama dan terkadang tidak akurat, dan (c) Tidak adanya pembatasan kredit limit yang diterapkan perusahaan.</p> <p>3. Pada tahap analisis kebutuhan sistem dan informasi, hal yang dilakukan adalah menganalisis sistem manual yang sekarang diterapkan, guna meningkatkan pengendalian internal dan menentukan kebutuhan informasi yang diperlukan oleh perusahaan.</p>