

hal 9-36

**ANALISIS PENGENDALIAN PIUTANG
PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR
DI MAKASSAR**



Diajukan Oleh :

ELFIN

NO. STAMBUK : 4500013035

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Guna memperoleh Gelar

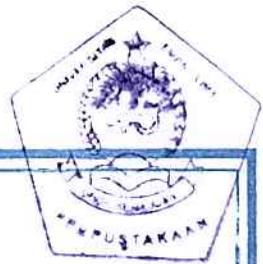
Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN AKUNTANSI

UNIVERSITAS "45"

MAKASSAR

2004



HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGENDALIAN PIUTANG PADA
PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR

NAMA MAHASISWA : **ELFIN**

NO. STAMBUK : 45 00 013 035

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : AKUNTANSI

MENYETUJUI

Pembimbing I

Dra. A. KUSUMAWATI, MSi, AK

Pembimbing II

MIAH SAID, SE, MSi

MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Universitas "45" Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas "45"

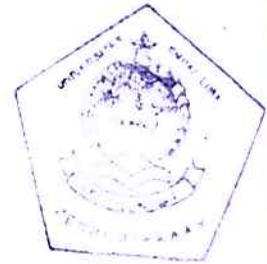
HAERUDDIN SALEH, SE, MSi

Ketua Jurusan Akuntansi
Universitas "45"

RAJAWATI, SE, AK

Tanggal Pengesahan :

HALAMAN PENERIMAAN



Pada Hari / Tanggal : Senin, 20 Desember 2004
Atas Nama : **E L F I N**
No. Stambuk : 45 00 013 035

Telah diterima oleh panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi.

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Pengawas Umum : **Prof. DR. H. Rachmad Baro, SH, MH** (.....)
(Rektor Univ. "45")

Ketua : **Haeruddin Saleh, SE, MSi** (.....)
(Dekan Fak. Ekonomi Univ. "45")

Sekretaris : **Thanwain, SE** (.....)

Anggota Penguji : **1. Dra. A. Kusumawati, MSi, AK** (.....)

2. Drs. Mansyur Sain, DESS, AK (.....)

3. Miah Said, SE, MSi (.....)

4. Rajawati, SE, AK (.....)

PRAKATA

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa, karena atas limpahan rahmat dan kasih-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktu yang telah ditentukan meskipun dalam bentuk yang sederhana.

Penyusunan skripsi ini disusun, dimaksudkan untuk merampungkan seluruh rangkaian studi penulis pada Universitas "45" Makassar dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi.

Rampungnya penyusunan skripsi ini sesungguhnya tak lepas dari bantuan, bimbingan dan masukan-masukan yang mengarah pada penyempurnaan penulisan skripsi ini, khususnya kepada :

- 1) Rektor Universitas "45" Makassar
- 2) Bapak Haeruddin Saleh, SE.MSi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar
- 3) Ibu Rajawati, SE.Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas "45" di Makassar.
- 4) Ibu Dra. A. Kusmawati, Msi, Ak dan Ibu Miah Said, SE, Msi masing-masing bertindak sebagai pembimbing I dan II yang telah membantu penulis dalam pemeriksaan dan penyempurnaan skripsi ini.
- 5) Bapak dan Ibu Dosen beserta asisten, pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar khususnya yang membidangi ilmu Ekonomi Akuntansi.

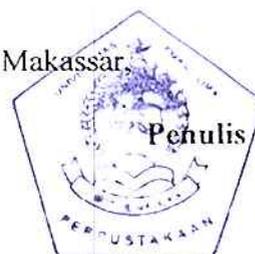
- 6) Pimpinan PT. Makassar Raya Motor di Makassar yang telah dengan senang hati membantu penulis memberikan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
- 7) Kedua Orang Tua tercinta Ayahanda Sunusin. L dan Ibunda Suriana yang telah membesarkan dan membiayai penulis sehingga penulis bisa duduk di bangku kuliah, serta dukungan, semangat dan doa selama penulis menyusun skripsi ini.
- 8) Kedua Mertua Bapak Muh. Suaib, BSc, AK dan Ibunda A. Rosmiati yang telah membantu membiayai penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- 9) Suamiku yang tersayang Muh. Taufik dan Anakku Muh. Syahrul Ramadhan yang telah memberikan bantuan, dorongan dan motivasi selama penulis menyusun skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.
- 10) Kepada Saudara-saudaraku Herni, Chalid, Ulfian, Uun dan Nenekku serta Ipar-iparku atas segala bantuan dan dukungannya selama penulis menuntut ilmu sampai penyusunan skripsi ini.
- 11) Buat teman-teman Mahasiswaku khususnya Uly, Enceng, Dewi, Farida, Ria, Wati, Irna, Uty, Ola, Ida, Afni, Wiwi, Rani dan Ita yang telah membantu penulis selama duduk di bangku kuliah sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang tidak sempat disebutkan namanya di atas, Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa melimpahkan Rahmat-Nya kepada kita semua.

Amin

Makassar,

2004



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR SKEMA	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Masalah Pokok	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB I TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kerangka Teori	4
2.1.1 Pengertian Piutang	4
2.1.2 Jenis-jenis Piutang	11
2.1.3 Pengertian Pengendalian	13
2.1.4 Pengendalian Piutang	19
2.1.5 Analisa Umur Piutang	26
2.1.6 Kebijakan Dalam Pengumpulan Piutang.....	28
2.2 Kerangka Pikir	32
2.3 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Daerah dan Waktu Penelitian	34
3.2 Metode Pengumpulan Data	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35

	3.4 Metode Analisis	35
	3.5 Definisi Operasional	36
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
	4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
	4.1.1 Sejarah singkat perusahaan	37
	4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	38
	4.1.3 Uraian Tugas	41
	4.2 Analisis Laporan Keuangan	46
	4.3 Analisis Umur Piutang	52
	4.4 Analisis Perputaran Piutang	54
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	60
	5.1 Simpulan	60
	5.2 Saran-saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62



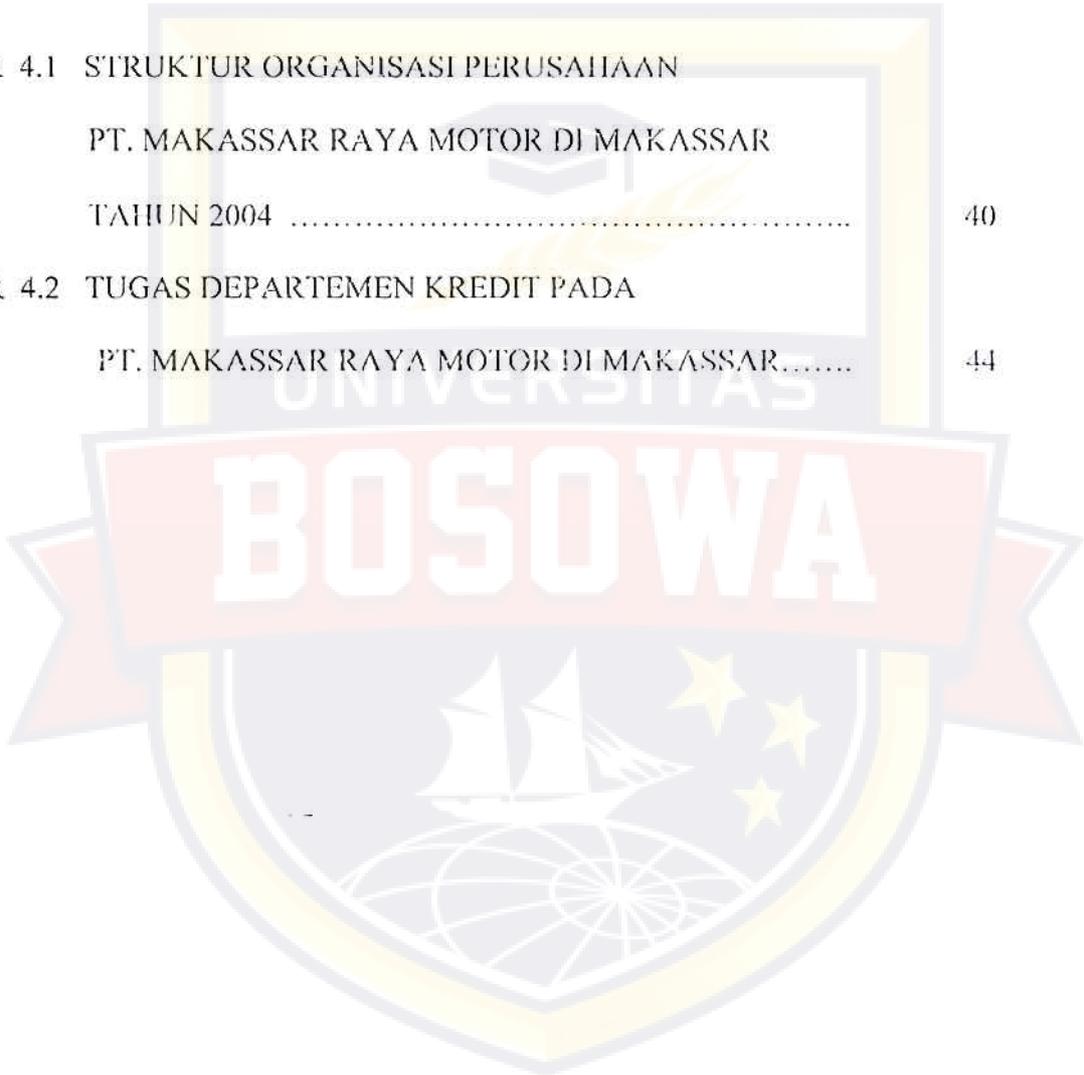
DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 4.1. PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR NERACA PER 31 DESEMBER TAHUN 1999 S/D 2003.....	48
TABEL 4.2 PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR LAPORAN PERHITUNGAN LABA RUGI TAHUN 1999 S/D TAHUN 2003	49
TABEL 4.3 BESARNYA PENJUALAN MOBIL SECARA TUNAI DAN KREDIT PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR TAHUN 2003.....	50
TABEL 4.4 PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR BESARNYA PIUTANG NETTO TAHUN 1999 S/D 2003.....	51
TABEL 4.5 BESARNYA PIUTANG ATAS PENJUALAN MOBIL PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR TAHUN 1999 S/D TAHUN 2003.....	53
TABEL 4.6 HASIL PERHITUNGAN PERPUTARAN DAN PERIODE PENGUMPULAN PIUTANG TAHUN 1999 S/D TAHUN 2003 PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR.....	59

DAFTAR SKEMA

Halaman

GAMBAR 2.1	KERANGKA PIKIR	33
GAMBAR 4.1	STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR TAHUN 2004	40
GAMBAR 4.2	TUGAS DEPARTEMEN KREDIT PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR.....	44



BAB I

PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia dan upaya untuk memenuhinya, menimbulkan adanya dunia usaha yang menciptakan barang dan jasa, sehingga dunia usaha merupakan suatu lingkup yang didalamnya terdapat kegiatan produksi, distribusi dan upaya-upaya lain yang diarahkan pada pemuasan maksimal keinginan dan kebutuhan manusia. Hal ini menunjukkan bahwa dalam lingkup dunia usaha terdapat kegiatan yang dinamis dan jenis usaha yang majemuk serta saling interaksi.

Dalam dunia usaha, perusahaan sebagai suatu kegiatan ekonomi akan dapat tetap bertahan hidup apabila tidak mengalami kerugian terus menerus. Dengan kata lain perusahaan memerlukan laba supaya bisa bertahan dan berkembang. Untuk memperoleh laba, barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan harus terjual. Oleh sebab itu, diperlukan suatu kebijaksanaan manajemen yang dapat meningkatkan aktivitas penjualan.

Dalam aktivitas penjualan, pihak manajemen menerapkan proses penjualan secara tunai dan kredit. Penjualan secara kredit bagi pihak manajemen merupakan hal yang penting yang perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan kerugian sebagai akibat tidak tertagihnya piutang.

Oleh sebab itu, pimpinan perusahaan harus mengupayakan bagaimana memperkecil resiko tidak tertagihnya piutang. Untuk mencegah hal tersebut, maka

pihak manajemen atau pimpinan perusahaan perlu menetapkan kebijaksanaan dan prosedur yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam memberikan kredit kepada langganan serta menetapkan jangka waktu pembayaran. Tetapi kenyataannya, masih ada perusahaan yang memberikan kredit berdasarkan kepercayaan pimpinan perusahaan kepada langganan.

Piutang timbul karena adanya penjualan secara kredit. Untuk mengetahui pada langganan mana piutang itu banyak menumpuk dan berapa umur piutang tersebut, maka diperlukan adanya suatu analisa pengendalian piutang, hal ini dapat dilakukan dengan membuat audit piutang sebagai alat pengendalian.

PT. Makassar Raya Motor adalah perusahaan yang bergerak dibidang dealer mobil merek Daihatsu, sebagai perusahaan dealer maka perusahaan menjalankan penjualan mobil dengan cara tunai dan kredit, dengan adanya aktivitas tersebut di atas, maka perusahaan merasa perlu untuk melakukan evaluasi atas hasil penjualan mobil yang dicapai selama ini.

Dengan pentingnya penerapan pengendalian piutang yang terjadi dalam perusahaan selama ini maka perusahaan perlu melakukan evaluasi atas pengendalian piutang. Namun dalam pengelolaan piutang yang dilakukan oleh perusahaan selama ini belum optimal, hal ini disebabkan oleh karena jumlah piutang yang ditargetkan tidak sesuai dengan realisasi penerimaan piutang yang terjadi dalam perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai sistem pengendalian piutang dengan memilih judul : “ Analisis Pengendalian Piutang Pada PT. Makassar Raya Motor di Makassar”

1.2 Masalah Pokok

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka masalah pokok dalam penulisan ini adalah :

“ Apakah pengendalian piutang atas penjualan mobil Daihatsu yang dilakukan oleh PT. Makassar Raya Motor telah tepat “.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisa sejauh mana pengendalian piutang yang dilakukan oleh perusahaan.
- b. Untuk melihat sejauh mana pengendalian piutang atas piutang tertagih dan piutang tak tertagih dalam kaitannya dengan peningkatan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dikemukakan adalah :

- a. Sebagai sumbangan pikiran atau informasi kepada pihak perusahaan dalam hubungannya dengan pengendalian piutang
- b. Sebagai bahan referensi bagi mereka yang berminat untuk memperdalam masalah piutang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pengertian Piutang

Dalam akuntansi, piutang atau disebut *account receivable* adalah semua klaim uang kepada perorangan, perusahaan atau bentuk organisasi-organisasi lainnya. Piutang diperoleh perusahaan dari berbagai macam transaksi, biasanya berasal dari penjualan barang dan jasa secara kredit. Barang dan jasa-jasa dimaksudkan adalah barang atau jasa yang merupakan usaha pokok perusahaan. Piutang dapat pula diperoleh dari penjualan kredit barang-barang yang bukan merupakan usaha pokok perusahaan, misalnya piutang dari penjualan aktiva tetap perusahaan, penjualan modal saham dan lainnya.

Piutang dagang (piutang usaha) adalah menunjukkan piutang yang timbul dari penjualan barang-barang atau jasa. Dalam kegiatan perusahaan yang normal, biasanya piutang dagang akan dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, sehingga dikelompokkan dalam aktiva lancar. Adapun yang termasuk dalam piutang ini hanya tagihan-tagihan yang akan dilunasi dengan uang, oleh karena itu pengiriman barang untuk dititipkan (*konsinyasi*) tidak dicatat sebagai piutang sampai saat dimana barang-barang tadi sudah dijual. Sedangkan piutang yang timbul dari penjualan angsuran, maka akan dipisahkan menjadi aktiva lancar dan tidak lancar, tergantung pada jangka waktu angsuran tersebut. Apabila lebih dari satu tahun maka tidak

dilaporkan dalam kelompok aktiva lancar, tetapi dimasukkan kedalam kelompok aktiva lain-lain.

Piutang yang timbul bukan dari penjualan barang-barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan tidak termasuk dalam kelompok piutang dagang tetapi dikelompokkan tersendiri dengan judul piutang bukan dagang (bukan usaha). Piutang bukan dagang akan dilaporkan dalam kelompok aktiva lancar apabila akan dilunasi dalam jangka waktu kurang dari satu tahun atau dalam siklus usaha yang normal. Apabila pelunasannya lebih dari satu tahun atau melebihi siklus usaha yang normal akan dikelompokkan dalam aktiva lain-lain.

Yang termasuk dalam piutang bukan usaha antara lain:

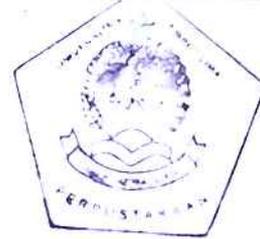
1. Persekot dalam kontrak pembelian.
2. Klaim terhadap perusahaan pengangkutan untuk barang-barang rusak atau hilang.
3. Klaim terhadap perusahaan asuransi atas kerugian-kerugian yang dipertanggungkan.
4. Klaim terhadap pegawai perusahaan.
5. Klaim terhadap restitusi pajak.
6. Tagihan terhadap langganan untuk pengembalian tempat barang (misalnya botol, drum, dan lain-lain)
7. Uang muka pada anak perusahaan.
8. Uang muka pada pegawai perusahaan.
9. Piutang dividen.
10. Piutang pesanan pembelian saham, dan lain-lain.

Masing-masing piutang bukan usaha harus dianalisa mengenai kemungkinan pelunasannya. Jika diketahui adanya kemungkinan tidak dilunasi maka harus dibuatkan cadangan kerugian piutang.

Penggunaan dasar waktu (*Accrual Basis*) dalam akuntansi mengakibatkan adanya pengakuan terhadap penghasilan-penghasilan yang masih akan diterima. Penghasilan-penghasilan seperti itu diperoleh atas dasar waktu sehingga pada akhir periode dihitung berapa jumlah yang sudah menjadi pendapatan dan jumlah tersebut dicatat sebagai piutang penghasilan. Biasanya piutang penghasilan akan diterima uangnya dalam jangka waktu yang relatif pendek, sehingga dimasukkan dalam kelompok aktiva lancar. Contoh: Piutang pendapatan bunga, piutang pendapatan sewa, dan lain-lain.

Piutang usaha merupakan tagihan yang timbul sebagai akibat dari adanya penjualan kredit. Dalam meningkatkan pendapatan perusahaan maka perusahaan perlu meningkatkan volume penjualan, untuk meningkatkan volume penjualan maka perusahaan perlu melakukan penjualan kredit (piutang usaha). Bagi kebanyakan perusahaan, piutang merupakan pos yang penting karena merupakan bagian aktiva lancar perusahaan yang besar. Piutang dapat juga mempengaruhi profitabilitas operasi perusahaan dengan berbagai cara. Ini membuat pengendalian, manajemen dan akuntansi untuk piutang menjadi tugas yang penting.

Kadang-kadang terjadi adanya rekening utang dengan saldo debet yang berasal dari adanya pengembalian barang-barang sesudah adanya pelunasan. Saldo debet hutang ini dalam neraca dilaporkan sebagai aktiva lancar. Begitu juga halnya



piutang dengan saldo kredit, pada tanggal neraca akan dilaporkan sebagai utang jangka pendek.

Dari prinsip di atas dapat diketahui bahwa untuk melaporkan piutang dalam neraca adalah sebesar jumlah yang akan direalisasikan yaitu jumlah yang diharapkan akan dapat ditagih. Jumlah piutang yang diharapkan akan ditagih dihitung dengan mengurangi jumlah yang diperkirakan akan tidak dapat ditagih kepada jumlah piutang. Karena neraca itu disusun setiap akhir periode maka setiap akhir tahun perlu dihitung jumlah kerugian dari piutang-piutang. Kerugian piutang ini dibebankan pada periode yang bersangkutan sehingga dapat dihubungkan antara kerugian piutang dengan penjualan-penjualan yang mengakibatkan timbulnya piutang tersebut. Pencatatan kerugian piutang dikreditkan ke rekening cadangan kerugian piutang, sehingga tidak diperlukan perubahan-perubahan dalam buku pembantu piutang.

Apabila jelas bahwa piutang sudah tidak dapat ditagih maka rekening cadangan kerugian piutang didebit dan piutangnya dihapuskan, pada saat ini buku pembantu piutang baru dikredit. Penghapusan piutang baru dilakukan jika terdapat bukti-bukti yang jelas seperti : debiturnya bangkrut, meninggal dan lain-lain.

Selain menggunakan cadangan kerugian piutang, terdapat satu cara lain untuk mengakui kerugian piutang yang disebut metode penghapusan langsung. Dalam metode ini kerugian piutang baru diakui pada waktu piutang dihapuskan dan penghapusan piutang baru dilakukan bila terdapat bukti-bukti yang jelas.

Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan pengertian piutang yang dikemukakan oleh Mas'ud Machfoedz (1999 : 127) bahwa : " Piutang adalah klaim

terhadap pihak lain agar pihak lain membayar sejumlah uang atau jasa dalam waktu paling lama satu tahun atau satu periode akuntansi, jika periode akuntansi tersebut lebih lama dari satu tahun “.

Dari definisi tersebut di atas menerangkan bahwa tagihan yang dimiliki oleh perusahaan, umumnya timbul sebagai akibat dari transaksi-transaksi penjualan atau penyerahan jasa, pinjaman yang diberikan, pesanan-pesanan yang diterima atas saham dan surat hutang obligasi yang akan diterbitkan, klaim atas ganti rugi dari perusahaan asuransi, dan uang sewa atas barang-barang yang disewakan kepada pihak lain. Tagihan yang timbul dari transaksi penjualan dan atau penyerahan jasa kepada langganan, pada umumnya merupakan sebagian besar dari modal kerja perusahaan. Sebagai akibatnya masalah pengendalian dan kebijaksanaan di dalam pemberian kredit dan pengumpulan piutang merupakan salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius bagi manajemen.

Lain halnya dengan pendapat Indriyo Gitosudarmo dan Basri (2002 : 81) mendefinisikan bahwa : “ Piutang adalah merupakan aktiva atau kekayaan perusahaan yang timbul sebagai akibat dari dilaksanakannya kebijakan penjualan kredit.”

Definisi di atas menerangkan bahwa kebijakan penjualan kredit ini merupakan kebijakan yang biasa dilakukan dalam dunia bisnis untuk merangsang minat para langganan. Jadi kebijakan ini sengaja dilakukan untuk memperluas pasar dan memperbesar hasil penjualan. Tentu saja dengan kebijakan penjualan kredit ini akan menimbulkan risiko bagi perusahaan akan tidak dapat ditagihkan sebagian atau bahkan mungkin seluruh dari piutang tersebut. Oleh karena itu lalu memperhitung-

kan biaya atas risiko tidak dapat ditagihnya piutang tersebut dalam bentuk *bad debt expense*.

Kebijakan penjualan kredit dapat menimbulkan keuntungan-keuntungan dalam bentuk :

- a. Kenaikan hasil penjualan
- b. Kenaikan laba. Hal ini adalah sebagai akibat dari kenaikan dalam hasil penjualan akan dapat menimbulkan kenaikan laba perusahaan.
- c. Memenangkan persaingan. Dalam dunia bisnis saat ini maka hampir semua perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit ini. Oleh karena itu untuk menjaga posisi perusahaan di dalam persaingan maka haruslah dilakukan politik penjualan kredit tersebut, apabila tidak ingin merosot dalam posisi persaingan di pasar. Kebijakan penjualan kredit yang agresif akan dapat merangsang minat calon konsumen akan dimungkinkan untuk memakai dan menikmati kegunaan barang yang harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli, sehingga pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan membayarnya nanti di kemudian hari.

Adapun besar kecilnya piutang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

1. Volume penjualan kredit

Makin besar jumlah penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah piutang dan sebaliknya makin kecil jumlah penjualan kredit dari keseluruhan piutang akan memperkecil piutang

2. Syarat pembayaran bagi penjualan kredit

Semakin panjang batas waktu pembayaran kredit berarti semakin besar jumlah piutangnya dan sebaliknya semakin pendek batas waktu pembayaran kredit berarti semakin kecil besarnya jumlah piutang.

3. Ketentuan tentang batas volume penjualan kredit

Apabila batas maksimal volume penjualan kredit ditetapkan dalam jumlah yang relatif besar maka besarnya piutang juga semakin besar.

4. Kebiasaan membayar para pelanggan kredit

Apabila kebiasaan membayar para pelanggan dari penjualan kredit mundur dari waktu yang dipersyaratkan maka besarnya jumlah piutang relatif besar.

5. Kegiatan penagihan piutang dari pihak perusahaan

Apabila kegiatan penagihan piutang dari perusahaan bersifat aktif dan pelanggan melunasinya maka besarnya jumlah piutang relatif kecil, tetapi apabila kegiatan penagihan piutang bersifat pasif maka besarnya jumlah piutang relatif besar.

Martono dan Agus Harjito (2001 : 95) berpendapat bahwa : “ Piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan/pembeli atau pihak lain yang membeli produk perusahaan..”

Sedangkan menurut Zaki Baridwan (2000 : 125) mengemukakan bahwa : “ Piutang adalah dinyatakan sebesar jumlah bruto tagihan dikurangi dengan taksiran jumlah yang tidak dapat diterima.”

Tagihan yang dimiliki oleh perusahaan, umumnya timbul sebagai akibat dari transaksi-transaksi penjualan dan atau penyerahan jasa, pinjaman yang diberikan, pesanan-pesanan yang diterima atau saham dan surat hutang.

Penggunaan metode langsung tidak dapat melaporkan piutang dengan jumlah yang diharapkan bisa ditagih, tetapi neraca menunjukkan jumlah bruto piutang, sehingga tidak sesuai dengan prinsip akuntansi.

2.1.2 Jenis-Jenis Piutang

Piutang merupakan hak perusahaan untuk menerima uang dari langganannya, atau pihak lain sebagai kontra prestasi atas barang atau jasa yang diberikan.

Penjualan barang atau jasa mempunyai tenggang waktu pembayaran atas harga barang atau jasa dalam beberapa waktu kemudian disebut penjualan secara kredit. Selain penjualan secara kredit barang dan jasa, piutang dapat juga terjadi antara lain karena memberikan pinjaman pada pegawai, uang muka pembelian, pendapatan yang belum jatuh tempo pada akhir periode akuntansi.

Seperti telah diuraikan sebelumnya bahwa piutang terjadi selain karena penjualan secara kredit barang dan jasa, juga antara lain dengan cara memberikan pinjaman. Karena itulah piutang dapat diklasifikasikan kedalam beberapa bagian menurut Mas'ud Machfoedz (1999 : 127) yaitu sebagai berikut :

- “ a. Piutang usaha
- b. Piutang lain-lain.”

Untuk lebih jelasnya kedua jenis piutang tersebut di atas akan diuraikan satu persatu sebagai berikut :

a. Piutang dagang/piutang usaha

Pada perusahaan dagang kegiatan pokoknya adalah menjual barang, sedangkan dalam perusahaan jasa kegiatan pokoknya menjual jasa. Bagi perusahaan dagang dan jasa, piutang timbul karena penjualan barang/jasa secara kredit.

Perlu diketahui bahwa :

- 1) Piutang pada umumnya akan dilunaskan oleh pihak yang berutang (kreditur) dalam bentuk uang.
- 2) Piutang usaha lazimnya jangka waktu normal (kurang satu tahun).
- 3) Penjualan dengan pembayaran secara angsuran
- 4) Angsuran piutang yang jatuh tempo kurang dari satu tahun dilaporkan sebagai aktiva lancar
- 5) Angsuran piutang yang jatuh tempo lebih dari satu tahun dilaporkan sebagai aktiva tidak lancar

b. Piutang bukan dagang/piutang bukan usaha

Piutang ini timbul bukan karena transaksi penjualan barang atau jasa. Piutang ini terjadi, antara lain dari transaksi :

- 1) Pemberian pinjaman kepada pegawai
- 2) Tagihan kepada perusahaan pengangkutan atas ganti rugi barang-barang yang rusak/hilang
- 3) Pemberian uang muka kepada anak perusahaan
- 4) Tagihan terhadap perusahaan asuransi atas ganti rugi barang yang dipertanggungkan

- 5) Tagihan kepada penjual atas jaminan tempat barang
- 6) Tagihan kepada pemerintah Cq. Inspeksi pajak atas restitusi Pajak
- 7) Piutang deviden atas deviden yang telah diumumkan pada pembagian laba akhir tahun buku, tapi belum dibayarkan
- 8) Penjualan secara kredit aktiva tetap yang tidak dipakai lagi dalam perusahaan.

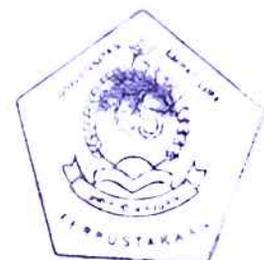
Sedangkan Budi Rahardjo (2003 : 17) piutang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa golongan menurut klasifikasinya, yaitu :

- “ 1. Piutang dagang/usaha
2. Piutang lain-lain “

Kadang-kadang tagihan (piutang) timbul dari saldo debit dalam rekening hutang, sebagai akibat telah terjadi pembayaran dalam jumlah berlebihan. Tiap-tiap jenis tagihan (piutang) yang material jumlahnya harus dicatat dan dilaporkan secara terpisah di dalam neraca. Piutang-piutang yang diharapkan akan jatuh tempo lebih dari satu tahun dilaporkan sebagai aktiva lain-lain atau sebagai investasi (jangka panjang). Dari berbagai macam jenis piutang tersebut, pada umumnya perusahaan merupakan sebagian besar dari seluruh jumlah piutang yang dimiliki.

2.1.3 Pengertian Pengendalian

Dalam mengadakan pengendalian harus diadakan komparasi (perbandingan) antara hasil sesungguhnya yang dicapai dengan proyeksi yang ditetapkan dalam



perencanaan, untuk menilai prestasi masa lalu dan meletakkan tanggung jawab adanya penyimpangan yang terjadi.

Salah satu bentuk pengendalian yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan pemeriksaan internal (*internal audit*), yang merupakan aktivitas penilaian independen yang ada di dalam organisasi perusahaan, yang bertujuan untuk mereview dan menyelenggarakan pengawasan manajemen yang efektif dan cukup memadai atas pencatatan akuntansi, keuangan, produksi dan kegiatan lainnya di dalam perusahaan.

Kebuuhan untuk melakukan pengendalian akan meningkat dengan semakin besar dan semakin kompleksnya organisasi perusahaan. Pengendalian secara terus menerus atas setiap kegiatan pekerjaan atau tugas, perlu dilakukan agar kesemuanya dapat dilaksanakan dalam batas-batas yang telah ditentukan. Batas-batas tersebut yang dikenal dengan nama budget atau standar haruslah ditentukan untuk kegiatan produksi, pemasaran, keuangan dan kegiatan-kegiatan perusahaan lainnya. Hasil-hasil sebenarnya yang dicapai haruslah dibandingkan dengan rencana yang telah ditentukan dan bilamana ditemukan penyimpangan-penyimpangan harus diambil tindakan-tindakan perbaikan secepatnya.

Banyak diantara mereka yang merasa bahwa dapat menguasai hidup ini. Mereka menuntut diri sendiri untuk mencapai tujuan atau sasaran dan memperbaiki tindakannya bila menyimpang dari arah yang diinginkan. Dalam suatu organisasi, para manajer dan karyawan harus dirancang dan diarahkan untuk melakukan apa yang diinginkan pimpinan dan dikoreksi jika menyimpang dari tujuan manajemen.

Seperti halnya pengemudi yang harus menjaga mobilnya dalam kendali, manajemen harus mengendalikan organisasinya agar melaksanakan apa yang harus dilakukan. Jika manajemen kehilangan kendali/kontrol, hal-hal yang tak diharapkan dapat terjadi atas banyak orang. Alat pengendalian dalam bisnis jauh lebih banyak dan rumit dibandingkan dengan yang ada pada mobil, terutama karena pengendalian organisasi merupakan proses yang lebih kompleks. Alat pengendalian rutin dalam organisasi meliputi alat pencegahan fisik untuk menghindari kesalahan dalam persediaan (*inventory*), formulir otorisasi untuk memesan atau menggunakan peralatan, kepemimpinan yang mendatangkan inspirasi dan prosedur-prosedur lain. Semua ini merupakan bagian dari sistem pengendalian manajemen yang formal.

Tak dapat disangkal bahwa masing-masing fungsi pimpinan berhubungan erat satu sama lain. Hal ini akan lebih jelas, bila kita ingat bahwa sesungguhnya fungsi pimpinan yaitu, merencanakan, pengorganisasian, dan pengawasan adalah prosedur atau urutan pelaksanaan dalam merealisasi tujuan badan usaha. Walaupun terdapat kegiatan demikian, umumnya para ahli lebih menonjolkan hubungan erat antara perencanaan, memberi perintah dan pengawasan.

Perencanaan berhubungan erat dengan fungsi pengawasan karena dapat dikatakan rencana itulah sebagai standar atau alat pengawasan bagi pekerjaan yang sedang dikerjakan. Demikian pula fungsi pemberian perintah berhubungan erat dengan fungsi pengawasan karena sesungguhnya pengawasan itu merupakan perintah-perintah yang sudah dikeluarkan. Apa yang sudah diperintah haruslah diawasi, agar apa yang diperintahkan itu benar-benar dilaksanakan

Definisi pengendalian yang dikemukakan oleh R.A. Supriyono (2002 : 8) mengungkapkan pendapatnya bahwa : “ Pengendalian adalah proses untuk memeriksa kembali, menilai dan selalu memonitoring laporan-laporan apakah pelaksanaan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan.”

Definisi di atas menerangkan bahwa dalam mengadakan pengendalian harus diadakan komparasi (perhitungan) antara hasil sesungguhnya yang dicapai dengan proyeksi yang ditetapkan dalam perencanaan, untuk menilai prestasi (*performance*) masa lalu dan meletakkan tanggungjawab adanya penyimpangan yang terjadi.

Lain halnya pendapat Henry Simamora (1999 : 5) berpendapat bahwa : “ Pengendalian (*controlling*) merupakan proses memastikan bahwa hasil-hasil sesuai dengan rencana-rencana semula.”

Dalam melaksanakan fungsi pengendalian, manajer-manajer mengambil langkah-langkah penting dalam upaya memastikan bahwa setiap bagian organisasi mengikuti rencana yang sudah digariskan dalam tahap perencanaan. Untuk melakukan hal ini, manajer-manajer mempelajari laporan-laporan akuntansi dan laporan-laporan lainnya dan lantas membandingkannya dengan rencana-rencana yang sudah disusun sebelumnya. Perbandingan-perbandingan ini dapat menunjukkan di mana kegiatan-kegiatan usaha tidak berjalan secara efektif dan di mana orang-orang yang membutuhkan bantuan dalam menunaikan tugas-tugasnya. Laporan-laporan akuntansi dan laporan-laporan lainnya yang masuk ke manajemen disebut umpan balik. Umpan balik (*feedback*) adalah informasi yang dapat dipakai untuk mengevaluasi atau mengoreksi tahap-tahap yang diambil untuk menerapkan sebuah

rencana. Berbekal umpan balik, seorang manajer (atau karyawan) dapat mengambil langkah seperlunya.

Kemudian M. Fuad, dkk. (2001 : 100) berpendapat bahwa : “ Pengendalian merupakan aktivitas untuk menemukan, mengoreksi adanya penyimpangan-penyimpangan dari hasil yang dicapai, dibandingkan dengan rencana kerja yang telah ditetapkan sebelumnya.”

Pada setiap tahap kegiatan perlu dilakukan pengendalian, agar bisa lebih cepat dilakukan koreksi bila terjadi penyimpangan. Proses pengendalian mencatat setiap perkembangan ke arah tujuan pokok perusahaan, juga sasaran serta metode pencapaiannya yang memungkinkan manajer mengetahui lebih awal bila terdapat penyimpangan. Karenanya, pengendalian berkaitan erat dengan perencanaan. Dalam hal ini perencanaan mengidentifikasi komitmen-komitmen terhadap hasil-hasil yang ingin dicapai di masa yang akan datang.

Selanjutnya menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo (1998 : 133) mengungkapkan bahwa : “ Pengendalian adalah satu fungsi manajemen yang berarti suatu proses yang menjamin bahwa kegiatan-kegiatan telah dilaksanakan sesuai dengan hasil yang diharapkan.”

Untuk mengadakan perubahan-perubahan tersebut, manajer perlu mempelajari rencana yang lampau agar diketahui kelemahan-kelemahannya, memastikan apa yang telah terjadi dan mencari sebab-sebabnya. Dengan demikian, langkah-langkah lain perlu diambil untuk menghindari terulangnya kembali kelemahan-kelemahan yang pernah terjadi.

Batasan pengendalian di atas bahwa tujuan utama dari pengendalian ialah mengusahakan agar apa yang direncanakan menjadi kenyataan. Untuk dapat benar-benar merealisasi tujuan utama tersebut, maka pengendalian pada taraf pertama bertujuan agar pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan instruksi yang telah dikeluarkan dan untuk mengetahui kelemahan-kelemahan dalam pelaksanaan rencana berdasarkan penemuan-penemuan tersebut dapat diambil tindakan untuk memperbaikinya, baik pada waktu itu ataupun waktu-waktu yang akan datang.

Sedangkan menurut Gudono (2001 : 205) secara umum mendefinisikan bahwa : “ Pengendalian (*control*) sebagai upaya yang dilakukan manajemen supaya pelaksanaan tidak menyimpang dari rencana.”

Dari definisi di atas, maka dalam ilmu manajemen dikenal tiga macam/sifat pengendalian, yaitu :

1. Pengendalian yang bersifat mengarahkan adalah memberikan tanda-tanda (*signal*) yang menunjukkan apa yang akan terjadi jika pelaksanaan tidak diubah. Pengendalian yang bersifat mengarahkan memungkinkan bawahan melakukan tindakan yang bersifat koreksi ataupun tindakan penyesuaian (*adaptive response*). Hal ini menunjukkan bahwa sumber penyimpangan berasal dari dalam dan dapat berasal dari luar dan tidak terkendali.
2. *Yes/no control*, di mana manajemen memberi aturan-aturan yang menunjukkan kondisi yang harus dipenuhi sebelum suatu pekerjaan diteruskan ke tahap memperkecil ukuran kesalahan yang dilakukan bawahan. Jadi sifatnya seperti alat pengaman.

3. Pengendalian sesudah pelaksanaan (*post-action control*), di mana manajemen memberi laporan pelaksanaan setelah suatu kegiatan diselesaikan yang menunjukkan perbedaan-perbedaan antara realisasi dan rencana. *Post-action control* kerap digunakan sebagai alat umpan balik (*feedback*) dalam suatu proyek.

Melihat uraian di atas, maka dapatlah ditarik kesimpulan bahwa pengendalian merupakan tindakan atas perbaikan dalam pelaksanaan kerja agar supaya segala kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, petunjuk-petunjuk dan instruksi-instruksi, sehingga tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai.

2.1.4 Pengendalian Piutang

Menurut Indriyo Gitosudarmo dan Basri (2000 : 86) untuk melaksanakan pengendalian piutang secara ketat perlu dilaksanakan hal-hal :

- “ 1. Penyaringan pelanggan
2. Penentuan risiko kredit
3. Penentuan potongan-potongan
4. Pelaksanaan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit
5. Penetapan ketentuan-ketentuan dalam menghadapi para penunggak.

Untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut :

1. Penyaringan pelanggan

Untuk menekan serendah mungkin risiko kredit berupa tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para pembeli/pelanggan perlu diadakan penyaringan langganan kredit dengan mempertimbangkan berbagai faktor.



Faktor tersebut adalah :

- (a) Adanya suatu kesanggupan secara jujur untuk membayar kredit yang telah diterima oleh pelanggan
- (b) Adanya kemampuan dari pelanggan yang diukur secara subyektif oleh pihak perusahaan.
- (c) Adanya ikatan atau jaminan untuk keamanan dari risiko kredit baik berupa surat-surat penting maupun benda yang ada nilainya dari pelanggan yang diberi kredit.

Dengan syarat-syarat tersebut tidak semua pelanggan akan dilayani penjualan kredit, tetapi setidaknya-tidaknya ada penyaringan sehingga ada harapan pada waktu yang akan datang piutang-piutang yang terjadi akibat penjualan kredit dapat tertagih.

2. Penentuan risiko kredit

Dari pengalaman tahun-tahun yang lalu dapatlah kiranya ditentukan besarnya risiko kredit berupa tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan para pelanggan pada setiap periode tertentu. Sehingga merupakan informasi bagi manajemen keuangan untuk kemudian direncanakan penyediaan cadangan penghapusan piutang atau sekaligus diperhitungkan di dalam rencana pengumpulan piutang pada setiap saat di dalam satu periode.

Langkah-langkah penentuan risiko kredit :

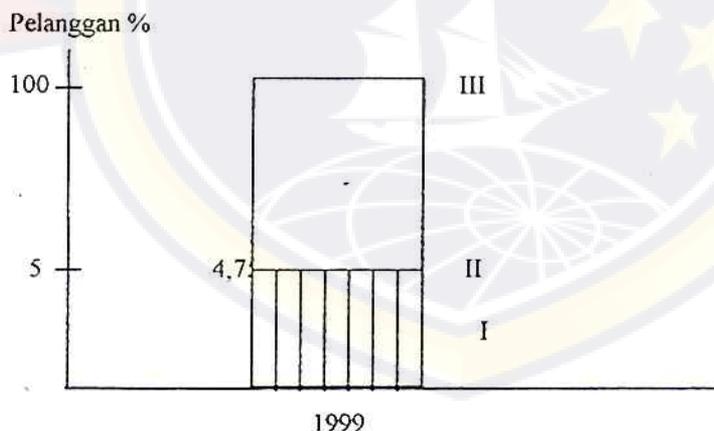
(a) Penentuan batas tertinggi risiko kredit. Besarnya risiko kredit dapat diperhitungkan dengan mengambil dari pengalaman tahun-tahun lalu yang pernah terjadi dari risiko kredit.

(b) Mengadakan klasifikasi dari pelanggan. Dari pengalaman masa yang lalu, dapat diperhitungkan risiko kredit yang pernah terjadi, menjadi beberapa golongan antara lain :

- Golongan risiko kredit di bawah 4,75 %
- Golongan risiko kredit pada 4,75 %
- Golongan risiko kredit di atas 4,75 %

Golongan risiko kredit tersebut yang dimaksudkan adalah keadaan kelompok pelanggan pada masa yang lalu ada dalam kelompok-kelompok di atas.

Kalau digambarkan :



Keterangan :

I : Golongan risiko kredit di bawah 4,75 %

II : Golongan risiko kredit pada 4,75 %

III : Golongan risiko kredit di atas 4,75 %

(c) Seleksi para pelanggan tetap

Seleksi para pelanggan tetap. Dari klasifikasi tersebut di atas, maka bagi pelanggan tetap dapat ditempuh kebijaksanaan adalah tidak memberikan kredit baru kepada golongan risiko di atas 4,75 % dan dapat memberikan kredit baru lagi kepada golongan risiko sama atau dibawah 4,75 %.

3. Penentuan potongan-potongan

Dalam memberikan rangsangan bagi pelanggan, agar membayar pada waktu yang ditetapkan, maka perlu diberi potongan-potongan bagi pelanggan yang membayar pada batas tertentu yang ditetapkan.

4. Pelaksanaan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit

Sebagai sebab umum dari lambatnya penarikan piutang ialah karena kelalaian dalam penyerahan faktur kepada langganan dan tertundanya pengiriman pemberitahuan, atau karena hal itu mungkin bahkan tidak dikerjakannya sama sekali. Menurut pengalaman penulis, adalah sangat biasa bahwasanya faktur-faktur baru dikirimkan beberapa minggu setelah penyerahan barang. Perusahaan ini tidak mempunyai harapan untuk menarik piutang dalam waktu yang semestinya diproses dan akhirnya siap untuk dibayar.

Dalam abad-abad komputer itu kerap kali surat pemberitahuan itu berkurang nilainya karena dianggap sebagai sepucuk kertas yang agak berlebih-lebihan. Tetapi berdasarkan pengalaman dalam penarikan piutang, hal tersebut tidaklah

benar. Surat pemberitahuan mempunyai dua fungsi yang berguna. Pertama, surat pemberitahuan tersebut menjamin bahwa rekening yang ada dalam buku milik perusahaan dan milik langganan selalu sesuai satu dengan yang lain. Kedua, surat ini merupakan langkah pertama dalam mendesak langganan agar membayar utangnya. Apabila langganan tidak membayar utangnya dalam jangka waktu kredit yang telah ditetapkan, maka haruslah ada suatu tindak lanjut yang berlaku otomatis, sampai utang itu dibayar. Surat pemberitahuan itu merupakan langkah pertama dalam proses ini, yang kemudian harus diikuti terus menerus dengan surat-menyurat, panggilan-panggilan telepon pribadi, dan sebagainya. Akhirnya piutang harus diserahkan kepada pengacara atau badan-badan lain yang mengurus penarikan piutang.

5. Penetapan ketentuan-ketentuan dalam menghadapi para penunggak

Bagi para penunggak atau pelanggan yang tidak membayar kredit pada waktunya perlu ditetapkan ketentuan-ketentuan agar pelanggan tersebut kemudian dapat melunasi kreditnya walaupun sudah melampaui batas waktu yang ditetapkan.

Ketentuan-ketentuan tersebut dapat berupa :

- (a) Penyampaian surat-surat tagihan kepada pelanggan yang menungga. Tagihan ini dapat bertahap/bertingkat bagi setiap pelanggan.
- (b) Kegiatan secara aktif penagihan piutang tersebut, baik penyampaian surat-surat tagihan maupun penagihan secara langsung

(c) Penarikan jaminan atau ikatan baik berupa benda-benda, surat-surat penting dan sebagainya dengan kemungkinan untuk dapat mempercepat pelunasan kredit.

Menurut Bambang Riyanto yang disadur oleh Dewi Astuti (2004 : 176)

faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang adalah :

1. Volume penjualan kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang.

Dengan makin besarnya volume penjualan kredit dari setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besarnya jumlah piutang berarti makin besarnya risiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar "*profitability*" nya.

2. Syarat pembayaran penjualan kredit

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas.

Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Syarat pembayaran penjualan kredit biasanya dinyatakan dengan term tertentu, misalnya

: 2/10 / net 30

Ini berarti bahwa apabila pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari sesudah waktu penyerahan barang, si pembeli akan mendapatkan potongan tunai (*cash*

discount) sebesar 2 % dari harga penjualan, dan pembayaran selambat-lambatnya akan dilakukan dalam waktu 30 hari sesudah waktu penyerahan barang. Ini berarti bahwa batas pembayarannya adalah 30 hari. Makin panjang batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasi dalam piutang.

3. Ketentuan tentang pembatasan kredit

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para pelanggan. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula, ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit. Makin selektif para pelanggan yang dapat diberi kredit akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian, maka pembatasan kredit disini bersifat baik kuantitatif maupun kualitatif.

4. Kebijakan dalam pengumpulan piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijakannya secara pasif. Perusahaan yang disebutkan terdahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang disebutkan kemudian. Akan tetapi, biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya usaha tambahan tersebut tidak melampaui

besarnya tambahan revenue yang diperoleh karena adanya usaha tersebut. Jadi perusahaan tidak akan mengeluarkan uang sebesar Rp. 1.000 untuk dapat mengumpulkan piutang sebesar Rp.500,

5. Kebiasaan membayar dari para langganan

Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan *cash discount*, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut.

2.1.5 Analisa Umur Piutang

Cara terbaik untuk menguji ketelitian rekening penyisihan kerugian piutang dan mengakui beban piutang ragu-ragu adalah membuat analisis terhadap saldo piutang yang beredar menurut umurnya. Pada umumnya ada korelasi yang erat antara lama atau umur piutang dengan tingkat penagihannya. Semakin lama umur piutang akan menunjukkan semakin kecil tingkat penerimaannya. Menurut Kusnadi (2000 : 223) mengemukakan bahwa analisa unsur piutang adalah suatu daftar yang menggolongkan saldo piutang menurut jumlah yang belum jatuh tempo.

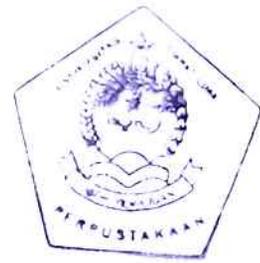
Penetapan kelompok umur yang dipakai tergantung atas pengalaman perusahaan tahun yang lalu dengan syarat pembayaran. Estimasi pengalaman rata-rata penerimaan akan memberikan dasar pembuatan estimasi yang tepat terhadap rekening piutang yang beredar yang diperkirakan tidak dapat tertagih.

Setelah saldo rekening penyisihan kerugian piutang yang diperlukan ditetapkan, maka jumlah tersebut kemudian dibandingkan dengan saldo rekening penyisihan kerugian piutang yang ada. Bila saldo rekening penyisihan kerugian piutang yang diperlukan lebih besar dari saldo rekening penyisihan kerugian piutang yang lama, maka selisihnya merupakan beban piutang ragu-ragu dan bila sebaliknya, maka saldo penyisihan kerugian piutang yang lama harus dikurangi, sedang jumlah kekurangan tersebut dicatat sebagai rekening penghasilan yang dilaporkan laba rugi akan dicantumkan dalam kelompok *ekstra ordinary item*.

Adapun cara menyusun daftar umur piutang (*aging schedule of account*), menurut pengalaman tahun yang lalu menunjukkan bahwa antara umur dengan tingkat kemungkinan diterimanya suatu piutang nampak sebagai berikut :

No.	Umur Piutang	Kemungkinan Tak Tertagih
1.	Sebelum jatuh tempo	0 %
2.	1 – 30 hari setelah jatuh tempo	1 %
3.	31 – 60 hari setelah jatuh tempo	2 %
4.	61 – 90 hari setelah jatuh tempo	3 %
5.	91 – 120 hari setelah jatuh tempo	5 %
6.	dias 120 hari setelah jatuh tempo	10 %

Setelah menyusun tingkat kemungkinan tidak tertagihnya suatu piutang, maka langkah selanjutnya mendistribusikan saldo piutang dari masing-masing langganan menurut umurnya. Kemudian menghitung jumlah dari masing-masing piutang tersebut untuk kemudian dikalikan dengan prosentase tak tertagihnya piutang.



2.1.6 Kebijakan dalam Pengumpulan Piutang

Pengelolaan pengumpulan piutang perlu melihat bagaimana prosedur yang digunakan untuk menagih piutang. Perjanjian yang tertera pada jual beli juga harus ditetapkan secara jelas dan rinci. Dalam perjanjian tersebut biasanya meliputi tentang jumlah piutang, besarnya diskon, periode diskon, jangka waktu penagihan dan sanksi yang dikenakan terhadap pemasaran pembeli dan atau penjual jika barang yang diperjual belikan tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Surat teguran penagihan dapat diberikan kepada debitur apabila sampai dengan tanggal tertentu debitur belum mengangsur atau melunasi hutangnya.

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif. Perusahaan yang disebutkan terdahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil daripada perusahaan yang disebutkan kemudian. Tetapi biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya usaha tambahan tersebut tidak melampaui besarnya tambahan *revenue* yang diperoleh karena adanya usaha tersebut.

Besarnya investasi pada piutang yang muncul di perusahaan ditentukan oleh dua faktor yaitu :

1. Besarnya persentase penjualan kredit terhadap penjualan total.
2. Kebijakan penjualan kredit dan jangka waktu pengumpulan piutang (jangka waktu penagihan piutang)

Kebijakan ini dipengaruhi oleh jangka waktu penjualan kredit kualitas pelanggan dan usaha pengumpulan piutang. Cepat lambatnya piutang dapat dikumpulkan juga dipengaruhi oleh kualitas pelanggan, baik kualitas kemampuan perusahaan pelanggan maupun kualitas mengurangi risiko kemungkinan piutang tidak tertagih (*bad debt*) dan memperkecil biaya penagihan piutang. Jika kualitas pelanggan menurun maka biaya penagihan akan meningkat. Informasi kualitas pelanggan ini dapat diperoleh dari laporan keuangan, operasi perusahaan, sejarah pengembalian kredit pelanggan, asosiasi pedagang, persaingan referensi bank dan sebagainya. Salah satu cara untuk menilai kualitas pelanggan tersebut adalah dengan menggunakan penilaian kredit (*credit scoring*).

Risiko kredit adalah risiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada para langganan kita. Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para langganan perlulah kita mengadakan evaluasi risiko kredit dari para langganan tersebut. Untuk menilai risiko kredit, kredit manager harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit tersebut.

Proses penagihan piutang memerlukan biaya. Besarnya kecilnya biaya penagihan piutang akan tergantung pada besar kecilnya tagihan dan sifat debitur yang

ada pada 5 K atau “5C “. Lima “C” tersebut adalah *Character*, *Capacity*, *Capital*, *Collateral* dan *Conditions*.

Character, menunjukkan kemungkinan atau probabilitas dari langganan untuk secara jujur berusaha untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya. Faktor ini adalah sangat penting, karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.

Capacity, ialah pendapat subyektif mengenai kemampuan dari langganan. Ini diukur dengan *record* di waktu yang lalu, dilengkapi dengan observasi fisik pada pabrik atau toko dari langganan.

Capital, diukur oleh posisi finansil perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan oleh analisa ratio finansil, yang khususnya ditekankan pada “*tangible net worth*” dari perusahaan.

Collateral, dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang diikatkan, atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada langganan tersebut.

Conditions, menunjukkan *impact* (pengaruh langsung) dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan langganan untuk memenuhi kewajibannya.

Banyaknya kredit yang macet (piutang tidak tertagih) akan menyulitkan kelangsungan usaha perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhitungkan keseimbangan antara manfaat dan biaya yang mungkin diderita dalam kebijakan pengumpulan piutang ini. Kebijakan pengumpulan piutang yang dilakukan peru-

sahaan sebenarnya dapat diubah pada periode tertentu. Namun, perubahan kebijakan ini akan membawa implikasi terhadap jumlah penjualan, periode pengumpulan piutang, persentase piutang yang tidak tertagih, laba perusahaan, kebijakan diskon, umur piutang dan perputaran piutang.

Keberhasilan atau kegagalan perusahaan terutama tergantung pada permintaan atas produknya, sebagai patokan makin tinggi penjualan makin sehat dan menguntungkan suatu perusahaan.

Kebijakan penjualan kredit meliputi penetapan standar kredit, periode kredit, menetapkan kebijakan penagihan serta potongan tunai.

1. Periode kredit adalah jangka waktu kredit yang diberikan kepada pelanggan.

Makin panjang periode kredit makin tinggi saldo piutang sehingga uang perusahaan yang tertanam pada investasi piutang makin banyak, padahal investasi pada piutang tidak menghasilkan. Syarat kredit atau *credit term* adalah suatu ketentuan mengenai periode kredit dan potongan yang diberikan misalnya 2/10 net 30.

2. Standar kredit mengacu pada kekuatan dan kelayakan seorang pelanggan untuk mendapat kredit. Jika seorang pelanggan tidak mampu memenuhi syarat kredit yang umum ia tetap bisa membeli dari perusahaan, tetapi dengan syarat yang lebih ketat. Standar kredit perusahaan diterapkan untuk menentukan pelanggan mana yang akan mampu memenuhi syarat kredit umum dan berapa jumlah kredit maksimum untuk setiap pelanggan. Faktor-faktor utama yang dipertimbangkan dalam pemberian kredit tersebut dikaitkan dengan kemungkinan pelanggan

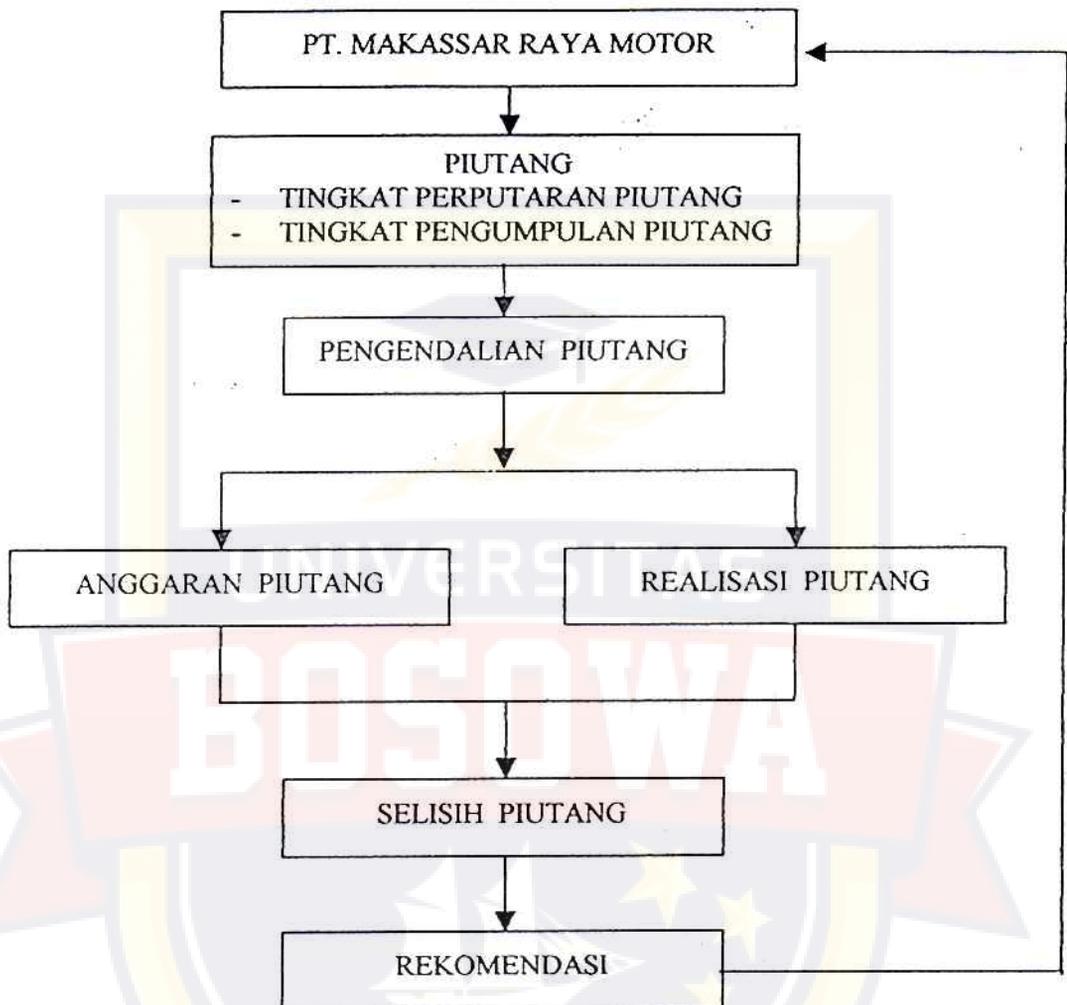
tertentu akan membayar lambat atau bahkan mungkin tidak membayar sama sekali.

3. Kebijakan penagihan mengacu pada prosedur-prosedur yang digunakan untuk menagih piutang yang lewat tempo. Proses penagihan itu bisa mahal dalam pengertian biaya yang harus dikeluarkan maupun dalam pengertian kehilangan hubungan baik pelanggan.
4. Unsur terakhir pada kebijakan penjualan kredit adalah potongan tunai/*cash discount* untuk mendorong pembeli membayar lebih cepat, yang dianalisis dengan menyeimbangkan biaya dan manfaat dari berbagai potongan tunai. Contoh sebuah perusahaan mungkin akan mengubah syarat kreditnya dari net 30 yang berarti pelanggan harus membayar dalam jangka 30 hari, menjadi 2/10 net 30 yang berarti mendapat potongan 2 persen bila pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari.

2.2 Kerangka Pikir

Dalam kerangka pikir ini, maka PT. Makassar Raya Motor adalah perusahaan yang bergerak dibidang dealer mobil Daihatsu. Untuk menunjang aktivitas usahanya, maka upaya perusahaan adalah menerapkan peranan anggaran sebagai alat pengendalian piutang. Untuk dapat melihat apakah anggaran piutang telah sesuai dengan realisasi pengendalian piutang maka dilakukan perhitungan selisih antara anggaran dengan realisasi penerapan piutang, hal ini dimaksudkan untuk dapat melihat apakah efisiensi penagihan piutang telah efisien dan efektif, oleh karena itulah akan disajikan kerangka pikir sebagai berikut :

KERANGKA PIKIR



2.3 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang digunakan adalah :

“ Diduga bahwa pengendalian piutang yang dilakukan oleh perusahaan PT. Makassar Raya Motor belum dilakukan secara efisien dan efektif.”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Daerah dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Makassar Raya Motor yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani No.15, sebuah perusahaan yang aktivitas utamanya bergerak di bidang dealer mobil. Adapun waktu yang digunakan selama penelitian yaitu kurang lebih tiga bulan lamanya.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

a. *Observasi* (Pengamatan)

Teknik *observasi* yaitu dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dalam proses pengolahan data keuangan pada bagian pembukuan PT. Makassar Raya Motor.

b. *Interview* (Wawancara)

Teknik *interview* atau wawancara yang dilakukan secara langsung dengan pimpinan perusahaan, kepala bagian pembukuan dan sejumlah personil yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dipergunakan dalam penulisan ini yaitu sebagai berikut :

1. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara dengan pimpinan perusahaan, kepala bagian penjualan dan beberapa karyawan yang berwenang.

2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa dokumen-dokumen perusahaan yang dibuat secara berkala.

3.4 Metode Analisis

Adapun metode analisis yang digunakan dalam pembahasan ini dapat diuraikan sebagai berikut :

Sutrisno (2003: 64), analisis tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Tingkat Perputaran} = \frac{\text{Penjualan kredit per tahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{\text{Rata-rata piutang}}{\text{Penjualan kredit per tahun}} \times 360 \text{ hari}$$



3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional yang dikemukakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Piutang adalah Klaim terhadap pihak lain agar pihak tersebut membayar sejumlah uang atau jasa dalam waktu paling lama satu tahun atau satu periode akuntansi, jika periode akuntansi tersebut lebih lama dari satu tahun.

Pengendalian adalah proses untuk memeriksa kembali, menilai dan selalu memonitoring laporan-laporan apakah pelaksanaan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan.

Faktor yang perlu diperhatikan dalam pengendalian piutang adalah penyaringan pelanggan, penentuan risiko kredit, penentuan potongan-potongan, pelaksanaan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit, penetapan ketentuan-ketentuan dalam menghadapi para penunggak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT. Makassar Raya Motor

PT. Makassar Raya Motor didirikan dengan akte Nomor 09 tanggal 28 April 1986 oleh akte Notaris Hasan Zaini, SH. Perusahaan tersebut bertempat di Jalan Ahmad Yani No. 15 Makassar bergerak dalam bidang perdagangan umum.

Berdasarkan dari keluarnya akte pendirian terhadap perusahaan, maka PT. Makassar Raya Motor berhak untuk mendirikan atau menjalankan usahanya sebagai perdagangan umum, adapun kekuatan hukum yang memperkuat keberadaan PT. Makassar Raya Motor di Kotamadya Makassar adalah sebagai berikut :

1. Tanda daftar (TDP) dari Departemen Perdagangan No. pendaftaran 20231600459
2. Surat izin usaha perdagangan (SIUP) dari Departemen Perdagangan Makassar dengan nomor SIUP 146/20-23/PB/IX/96
3. Surat izin tempat usaha (SITU) dari Pemerintah Daerah Kotamadya Makassar dengan nomor 9948/C/V/C/Prek/89
4. Tanda daftar Rekanan (TDR) dari Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan dengan nomor 22/A/UP/PB-JS/1998
5. Asosiasi Rekanan Perdagangan Barang dan Distributor Indonesia (ARDIN) tahun 1998
6. Kamar dagang dan Industri (KADIN) tahun 1998

Adapun nama-nama persero dari perseroan ini :

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. Drs. H.M. Yusuf Kalla | Direktur Utama |
| 2. Ir. Halim Kalla | Executive Director |
| 3. H.M. Natsir Kalla | Direktur |
| 4. Ir Farida Kalla | Komisaris Utama |
| 5. Dra. Fatimah Kalla | Komisaris |

Kelima pengusaha tersebut telah sepakat mendirikan perusahaan tersebut atas dasar kerja sama, selama berdirinya PT. Makassar Raya Motor dimana bidang usahanya perdagangan umum dan telah banyak membantu dan menyalurkan perdagangan mobil ke cabang/perwakilan, dimana perusahaan ini bertindak sebagai dealer (penyalur) dari mobil merek Daihatsu, untuk pemasaran wilayah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara.

Dengan demikian perusahaan ini mempunyai tanggungjawab yang cukup berat, karena harus mempertahankan harga jual kepada konsumen sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh kantor pusat. Dengan kerja sama yang baik antara pimpinan dan segenap karyawannya, maka sampai sekarang ini perusahaan tersebut dapat berjalan dengan meluasnya daerah pemasarannya baik di dalam Kotamadya Makassar maupun diluar.

4.1.2 Struktur Organisasi PT. Makassar Raya Motor

Struktur organisasi dibuat berdasarkan tujuan sasaran perusahaan pada PT. Makassar Raya Motor dimana struktur berbentuk *line* and staf. Pada umumnya

organisasi yang mempunyai struktur organisasi *line and staf* berorientasi pada manajemen demokrasi.

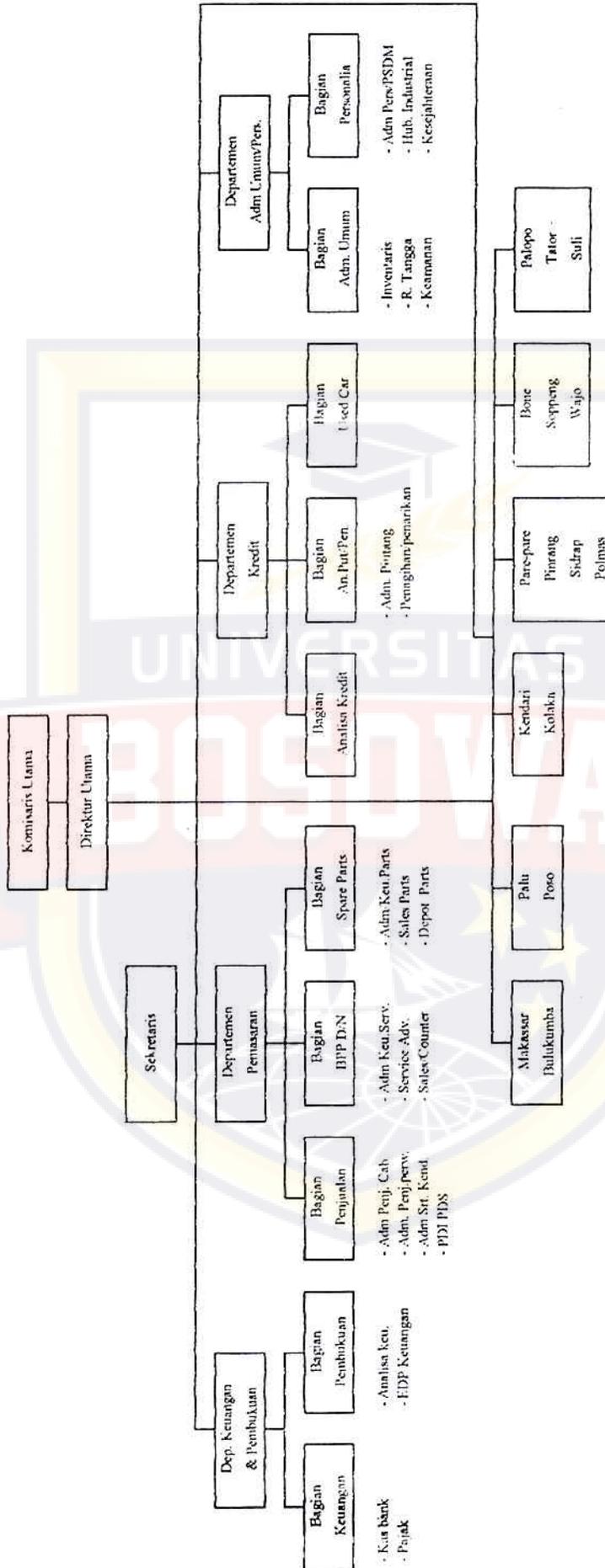
PT. Makassar Raya Motor dipimpin oleh Direktur Utama dan dibantu oleh masing-masing Direktur Satu dan Dua yang tugasnya utamanya memimpin perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

PT. Makassar Raya Motor dalam mengembangkan misinya mempunyai struktur organisasi yang dibagi dalam empat Departemen yaitu :

1. Departemen pemasaran
2. Departemen keuangan
3. Departemen administrasi
4. Departemen kredit

Setiap departemen dibantu lagi oleh bagian-bagian. Disamping itu organisasi PT. Makassar Raya Motor ini juga dibantu oleh pembina dan penasehat serta sekretaris direksi. Untuk lebih jelasnya maka struktur organisasi perusahaan dapat dilihat pada skema 4.1 berikut ini :

SKEMA 4.1
 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN
 PT. MAKASSAR RAYA MOTOR DI MAKASSAR
 TAHUN 2004



Sumber : Bagian Administrasi Umum PT. Makassar Raya Motor di Makassar

4.1.3 Uraian Tugas

Adapun uraian tugas yang dilakukan oleh PT. Makassar Raya Motor dapat dilihat pada uraian dibawah ini :

1. Komisaris

Tugas dan tanggungjawabnya adalah sebagai berikut :

- a. Mengkoordinir berbagai kegiatan perusahaan ke arah pencapaian tujuan perusahaan
- b. Menentukan kebijakan-kebijakan yang berorientasi kepada peningkatan atau pengembangan usaha perusahaan.
- c. Memotivasi karyawan, memperhatikan kesejahteraan dan keselamatan kerja
- d. Bertanggungjawab atas segala kegiatan perusahaan, baik yang bersifat intern maupun ekstern.

2. Direktur

Tugas dan tanggungjawabnya adalah sebagai berikut :

- a. Memimpin, mengkoordinir dan mengendalikan semua kegiatan pengelolaan yang telah ditetapkan dalam rangka pengembangan kemajuan yang meliputi semua bidang perusahaan
- b. Mengawasi langsung kegiatan-kegiatan yang terjadi dalam perusahaan

3. Departemen Pemasaran

Pada departemen pemasaran ini kegiatannya dipimpin oleh kepala pemasaran yang dalam PT. Makassar Raya Motor disebut manajer pemasaran. Sasaran dari Departemen Pemasaran adalah mengupayakan penjualan untuk mencapai market

share yang tinggi, untuk menunjang pencapaian sasaran maka bagian ini dilengkapi dan dibantu oleh beberapa seksi yang jumlahnya dapat berkembang sesuai dengan perkembangan perusahaan dan dunia usaha pada umumnya.

a. Bagian Penjualan

- Seksi administrasi penjualan
- Seksi sales dan counter
- Seksi promosi/RDM
- Seksi PDI/DPC

b. Bagian service

- Seksi administrasi service
- Seksi service advisor
- Seksi promosi/penjualan

c. Bagian Part

Bagian ini dibantu/dilengkapi dengan seksi-seksi sebagai berikut :

- Seksi administrasi part
- Seksi penjualan
- Seksi pergudangan

4. Departemen Keuangan/Pembukuan

Seperti pada umumnya perusahaan yang ingin berkembang dengan baik, maka masalah keuangan sangat diperhatikan terutama untuk menjaga agar perusahaan tetap berada pada posisi liquid dan berusaha meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Tentunya untuk menjaga liquiditas dan profitabilitas ini diperlukan suatu sistem kerja sama yang terpadu dan serasi terutama dalam departemen itu sendiri.

Untuk tugas dan tanggungjawab yang besar ini maka Departemen ini dibantu oleh bagian-bagian dan tiap bagian dibantu oleh seksi-seksi yang dapat dilihat sebagai berikut :

- a. Bagian Keuangan
 - Seksi kas dan Bank
 - Seksi administrasi Keuangan
- b. Bagian Pembukuan
 - Seksi analisa keuangan
 - Seksi proses data keuangan



5. Departemen Administrasi/Personalia

Tugas dan tanggungjawab Departemen Administrasi/Personalia adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggungjawab atas segala tersedianya peralatan administrasi perkantoran pada saat dibutuhkan
- b. Pencatatan semua inventaris perusahaan
- c. Membuat dan mengetahui semua surat-surat serta membuat jawaban surat yang memerlukan jawaban
- d. Membuat pencatatan kearsipan serta menyiapkan arsip yang dianggap perlu
- e. Menganalisa tentang kebutuhan tenaga kerja tiap bagian serta *job evaluation*
- f. Menganalisa kebutuhan pendidikan tiap karyawan
- g. Membuat pencatatan pengembangan karier tiap karyawan

- h. Memberikan penjelasan mengenai *job* tiap Departemen/bagian seksi dan kalau perlu tiap karyawan

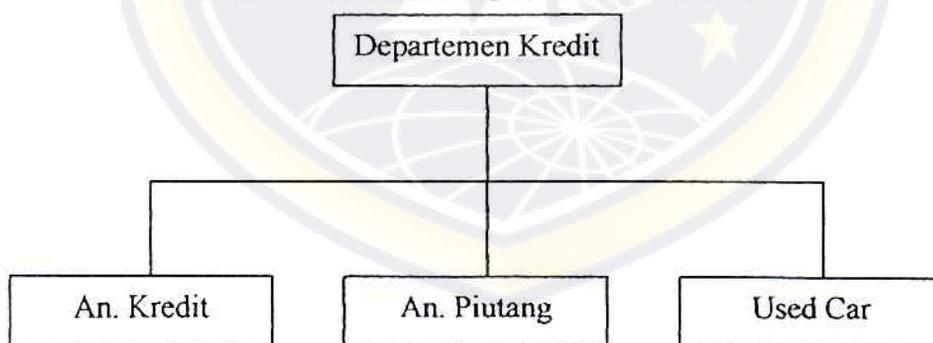
6. Departemen Kredit

Tiap penjualan kredit langsung melalui Departemen Kredit. Adapun mekanismenya adalah pembeli yang ingin membeli dan tidak sanggup membayar kontan ataukah tidak bisa memenuhi persyaratan Bank atau lembaga keuangan lainnya atau hanya ingin membeli dengan kredit langsung pada PT. Makassar Raya Motor, maka kepada pembeli inilah yang harus dilayani oleh Departemen Kredit.

Departemen kredit bertugas antara lain sebagai berikut :

1. Menganalisa kemungkinan pemberian kredit
2. Membuat piutang dapat tertagih tepat waktu
3. Mengusahakan bahwa tiap departemen harus mendatangkan *profit*

Gambar 4.2
Tugas Departemen Kredit
Pada PT. Makassar Raya Motor di Makassar



Sumber : PT. Makassar Raya Motor di Makassar

Departemen kredit ini dalam menjalankan kegiatannya dibagi dalam tiga bagian yaitu An. Kredit, An. Piutang/penagihan dan An. Used Car. Adapun tugas dari bagian tersebut adalah sebagai berikut :

Setiap pembelian kredit harus dianalisa dengan baik tentang persyaratan dan kemampuannya dapat membayar dalam jumlah yang tertentu. Adapun persyaratan-persyaratannya sebagai berikut :

1. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
2. Kartu Keluarga (KK)
3. Mengisi formulir
4. Kemampuan membayar DP dan cicilan
5. Rekomendasi lainnya

Kemudian bagian ini mengadakan suatu analisa untuk mengetahui sampai sejauh mana kemungkinan pemberian kredit kemampuan membayar dan sebagainya (syarat-syarat akan ditentukan kemudian dan akan disesuaikan dengan kondisi perekonomian).

Untuk cabang analisis kredit harus dilakukan oleh Kantor Pusat. Jadi persoalan di Kantor Cabang hanya melengkapi data-data calon nasabah kemudian berkasnya dikirim ke kantor pusat dan kantor pusat yang akan memberikan jawaban yang sesingkat mungkin (paling lama dua hari). Kantor cabang tentunya diharapkan memberikan pendapat/ rekomendasi dari setiap calon pembeli.

Untuk perwakilan, sementara yang membuat catatan data-data dari calon pembeli dan juga dari kantor perwakilan juga dapat memberikan rekomendasi. Jika

permohonan pembelian disetujui maka segera dibuatkan surat perjanjian kredit, surat pernyataan, DO dan surat kelengkapan-kelengkapan lainnya sebagai pelengkap atas permohonan kredit motor.

4.2 Analisis Laporan Keuangan

Dewasa ini sasaran yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan yang bergerak dibidang dealer penjualan mobil adalah dengan meningkatkan penjualan guna dapat mempertahankan kelangsungan atau kontinuitas hidup suatu perusahaan. Hal ini dapat tercapai jika ditunjang oleh adanya pengelolaan manajemen yang memadai dalam kegiatan operasional perusahaan.

Dalam pengelolaan kegiatan operasional perusahaan maka perusahaan perlu menyajikan informasi keuangan dalam pengambilan keputusan perusahaan, oleh karena itulah dalam menyajikan informasi keuangan maka perlu ditunjang oleh adanya laporan keuangan yang dapat meliputi neraca dan laporan perhitungan laba rugi.

Berkaitan dengan uraian tersebut di atas maka penulis memilih obyek penelitian pada perusahaan PT. Makassar Raya Motor yakni suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan mobil yang mengalami peningkatan dalam penjualan mobil. Namun dalam melaksanakan penjualan mobil khususnya pada perusahaan kepada pelanggan maka perusahaan tersebut di atas menggunakan sistem penjualan secara kredit dan penjualan secara tunai, hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan volume penjualan.

Dalam menunjang pengelolaan sistem penjualan secara kredit maka dapat dilakukan evaluasi pengendalian piutang yang dapat dilihat melalui laporan keuangan yang meliputi laporan neraca dan laporan perhitungan laba rugi yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :



Tabel 4.1
PT. Makassar Raya Motor di Makassar
Neraca Per 31 Desember 1999 - 2003

Uraian	Tahun				
	1999	2000	2001	2002	2003
Aktiva					
Aktiva Lancar					
Kas	81.785.350	138.117.350	104.403.100	154.618.350	210.310.350
Bank	138.856.400	185.665.525	268.016.300	298.117.300	316.117.800
Piutang usaha	832.633.050	1.282.499.950	1.394.034.100	2.157.042.655	2.441.037.490
Cadangan Kerugian Piutang	(14.518.700)	(10.717.300)	(11.322.800)	(10.686.200)	(11.289.900)
Persediaan mobil	363.057.900	429.752.300	670.127.530	698.117.350	711.511.350
Jumlah aktiva lancar	1.401.814.000	2.025.317.825	2.425.258.230	3.297.209.455	3.667.687.090
Aktiva Tetap					
Tanah	956.117.850	956.117.850	1.312.235.350	1.312.295.350	1.518.843.700
Bangunan gedung	1.517.469.500	1.618.114.300	1.618.114.300	2.017.256.400	2.630.856.800
Armada angkutan	310.356.800	356.117.500	511.656.350	595.856.200	711.256.300
Inventaris kantor	114.256.350	128.181.350	182.516.800	212.810.350	298.117.350
Akumulasi penyusutan	(126.030.375)	(182.380.375)	(238.730.375)	(295.080.375)	(382.580.375)
Jumlah aktiva tetap	2.772.170.125	2.876.150.625	3.385.852.425	3.843.137.925	4.776.493.775
Total Aktiva	4.173.984.125	4.901.468.450	5.811.110.655	7.140.347.380	8.444.180.865
Passiva					
Hutang Lancar					
Hutang Lancar	817.356.350	856.114.350	894.156.850	990.114.650	1.090.212.650
Hutang jangka panjang	1.560.000.000	1.560.000.000	1.718.350.000	2.114.350.000	2.500.000.000
Jumlah seluruh hutang	2.377.356.350	2.416.114.350	2.612.506.850	3.104.464.650	3.590.212.650
Modal					
Modal saham	880.000.000	880.000.000	880.000.000	880.000.000	880.000.000
Laba ditahan	456.310.600	916.627.775	1.605.354.100	2.380.618.415	3.155.882.730
Laba tahun berjalan	660.317.175	688.726.325	713.249.705	775.264.315	818.085.485
Jumlah modal	1.996.627.775	2.485.354.100	3.198.603.805	4.035.882.730	4.853.968.215
Total passiva	4.173.984.125	4.901.468.450	5.811.110.655	7.140.347.380	8.444.180.865

Sumber : PT. Makassar Raya Motor di Makassar

Tabel 4.2

PT. Makassar Raya Motor di Makassar
Laporan Perhitungan Laba Rugi
Periode Tahun 1999 - 2003

Uraian	Tahun				
	1999	2000	2001	2002	2003
Hasil penjualan	4.617.435.850	4.859.804.900	5.112.340.250	5.352.706.750	5.636.783.000
Harga pokok penjualan	2.918.717.350	3.083.624.800	3.237.806.050	3.353.071.950	3.505.972.100
Laba kotor	1.698.718.500	1.776.180.100	1.874.534.200	1.999.634.800	2.130.810.900
Biaya operasional :					
Biaya penjualan	351.180.100	490.371.210	528.363.650	550.268.600	592.270.400
Kerugian Piutang tak Tertagih	14.518.700	10.717.300	11.322.800	10.686.200	11.289.900
Biaya Administrasi dan umum	429.220.150	326.914.140	352.242.400	366.845.750	394.846.950
Jumlah biaya operasional	794.918.950	828.002.650	891.928.850	927.800.550	998.407.250
Laba bersih sebelum pajak	903.799.550	948.177.450	982.605.350	1.071.834.250	1.132.403.650
PPh	257.993.075	270.168.425	280.678.445	307.256.135	325.608.065
Laba bersih setelah pajak	645.806.475	678.009.025	701.926.905	764.578.115	806.795.585

Sumber : PT. Makassar Raya Motor di Makassar

Setelah menyajikan laporan neraca dan laporan perhitungan laba rugi yang diperoleh dari perusahaan PT. Makassar Raya Motor, maka untuk memudahkan penjualan agar produk yang dipasarkan dapat laku di pasaran, maka kebijaksanaan penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan adalah rata-rata 35 % penjualan secara tunai dan 65 % penjualan secara kredit, yang dapat dilihat melalui tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Besarnya Penjualan Mobil Secara Tunai Dan Kredit
Pada PT. Makassar Raya Motor
Tahun 2003

Tahun	Total Penjualan (Rp)	Total Penjualan Tunai (Rp)	Total Penjualan Kredit (Rp)
1999	4.617.435.850	1.616.102.550	3.001333.300
2000	4.859.804.900	1.700.931.700	3.158.873.200
2001	5.112.340.250	1.789.319.150	3.323.021.100
2002	5.352.706.750	1.873.447.350	3.479.259.400
2003	5.636.783.000	1.972.874.050	3.663.908.950.
Rata-Rata	5.115.814.160	1.790.534.970	3.325.279.190

Sumber : Hasil olahan data

Sedangkan besarnya piutang netto dalam suatu perusahaan untuk tahun 1999 s/d 2003 dapat dilihat melalui tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
PT.Makassar Raya Motor
Besarnya Piutang Netto
Tahun 1999 s/d 2003



Tahun	Piutang Usaha (Rp)	Kerugian Piutang Tak Tertagih (Rp)	Piutang Netto (Rp)
1999	832.633.050	14.518.700	818.114.350
2000	1.282.499.950	10.717.300	1.271.782.650
2001	1.394.034.100	11.322.800	1.382.711.300
2002	2.157.042.655	10.686.200	2.146.356.455
2003	2.441.037.490	11.289.900	2.429.747.590

Sumber : PT. Makassar Raya Motor di Makassar

Berdasarkan tabel 4.3 dan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dalam penjualan mobil khususnya pada perusahaan PT. Makassar Raya Motor di Makassar, maka perusahaan dalam melakukan penjualan mobil menggunakan dua system penjualan yakni penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Adapun sasaran perusahaan menggunakan kedua sistem penjualan ini adalah untuk meningkatkan omzet penjualan. sehingga nilai penjualan selama 5 tahun terakhir ini (dari tahun 1999 s/d tahun 2003) menunjukkan bahwa untuk tahun 1999 sebesar Rp.4.617.435.850,tahun 2000 sebesar Rp. 4.859.804.900, tahun 2001 sebesar Rp.5.112.340.250, tahun 2002 sebesar

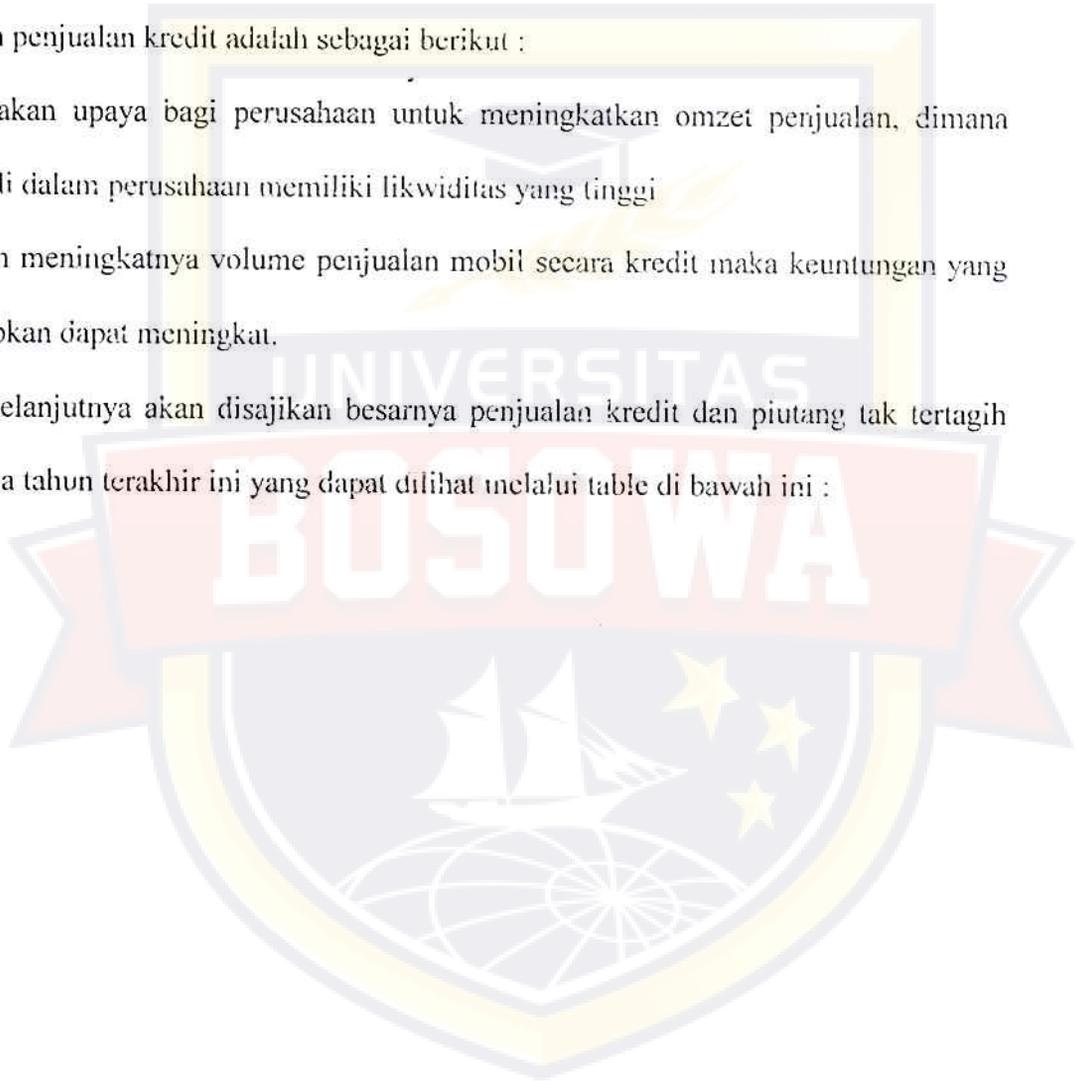
Rp.5.352.706.750, dan tahun 2003 sebesar Rp.5.636.783.000,-

4.3 Analisis Piutang dan Piutang tak Tertagih

Adapun tujuan dan sasaran dari perusahaan PT. Makassar Raya Motor dalam melakukan penjualan kredit adalah sebagai berikut :

- 1) Merupakan upaya bagi perusahaan untuk meningkatkan omzet penjualan, dimana pembeli dalam perusahaan memiliki likwiditas yang tinggi
- 2) Dengan meningkatnya volume penjualan mobil secara kredit maka keuntungan yang diharapkan dapat meningkat.

Selanjutnya akan disajikan besarnya penjualan kredit dan piutang tak tertagih selama lima tahun terakhir ini yang dapat dilihat melalui table di bawah ini :



Tabel 4.5
Besarnya Piutang Atas Penjualan Mobil
Pada PT. Makassar Raya Motor
Tahun 1999 s/d Tahun 2003

Tahun	Piutang	Besarnya Piutang	% Kerugian Piutang
	(Rp)	Tak Tertagih (Rp)	Tak tertagih
1999	818.114.350	14.518.700	1,77
2000	1.271.782.650	10.717.300	0,84
2001	1.382.711.300	11.322.800	0,82
2002	2.146.356.455	10.686.200	0,49
2003	2.429.747.590	11.289.900	0,46

Sumber : PT. Makassar Raya Motor

Berdasarkan tabel mengenai besarnya piutang atas penjualan mobil yang menunjukkan bahwa dalam tahun 1999 besarnya piutang tak tertagih sebesar Rp.14.518.700 atau sebesar 1,77 %, tahun 2000 besarnya piutang tak tertagih sebesar Rp.10.717.300 atau sebesar 0,84 %, tahun 2001 besarnya piutang tak tertagih sebesar Rp.11.322.800 atau sebesar 0,82 %, tahun 2002 besarnya piutang tak tertagih sebesar Rp.10.686.200 atau sebesar 0,49 % dan tahun 2003 besarnya piutang tak tertagih sebesar Rp.11.289.900 atau sebesar 0,46 %.

4.4 Analisis Perputaran Piutang

Dalam kaitannya dengan tabel tersebut di atas maka perputaran piutang untuk tahun 1999 s/d tahun 2003 dapat ditentukan melalui perhitungan berikut ini :

1. Tahun 1999

Besarnya rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 1999 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang rata-rata}}$$

Dimana :

$$\text{Piutang rata-rata} = \frac{\text{Piutang awal} + \text{Piutang akhir}}{2}$$

$$\text{Rata-rata Piutang tahun 1999} = \frac{\text{Rp.712.315.200} + \text{Rp. 818.114.350}}{2}$$

$$= \text{Rp. 765.214.775}$$

$$\text{Perputaran Piutang 1999} = \frac{\text{Rp.3.001.333.300}}{\text{Rp.765.214.775}}$$

$$= 3,92 \text{ x}$$

Dengan demikian maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 1999 adalah sebesar 3,92 x.

2. Tahun 2000

Besarnya rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2000 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata Piutang tahun 2000} = \frac{\text{Rp. 818.114.350} + \text{Rp. 1.271.782.650}}{2}$$

$$= \text{Rp. 1.044.948.500}$$

$$\text{Perputaran piutang 2000} = \frac{\text{Rp. 3.158.873.200}}{\text{Rp. 1.044.948.500}}$$

$$= 3,02 \text{ x}$$

Dengan demikian maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2000 adalah sebesar 3,02 x.

3. Tahun 2001

Besarnya rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2001 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata Piutang tahun 2001} = \frac{\text{Rp.1.271.782.650} + \text{Rp. 1.382.711.300}}{2}$$

$$= \text{Rp. 1.328.746.975}$$

$$\text{Perputaran piutang 2001} = \frac{\text{Rp.3.323.021.100}}{\text{Rp.1.328.746.975}}$$

$$= 2,50 \text{ x}$$

Dengan demikian maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2001 adalah sebesar 2,50 x.

4. Tahun 2002

Besarnya rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2002 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata Piutang tahun 2002} = \frac{\text{Rp. 1.382.711.300} + \text{Rp. 2.146.356.455}}{2}$$

$$= \text{Rp. 1.764.533.878}$$

$$\text{Perputaran piutang 2002} = \frac{\text{Rp. 3.479.259.400}}{\text{Rp. 1.764.533.878}}$$

$$= 1,97 \text{ x}$$

Dengan demikian maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama Tahun 2002 adalah sebesar 1,97 x.

5. Tahun 2003

Besarnya rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2003 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata Piutang tahun 2003} = \frac{\text{Rp. 2.146.356.455} + \text{Rp. 2.429.747.590}}{2}$$

$$= \text{Rp. 2.288.052.023}$$

$$\text{Perputaran piutang 2003} = \frac{\text{Rp. 3.663.908.950}}{\text{Rp. 2.288.052.023}}$$

$$= 1,60 \text{ x}$$

Dengan demikian maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama tahun 2003 adalah sebesar 1,60 x.

Selanjutnya rata-rata pengumpulan piutang dari tahun 1999 s/d tahun 2003 dapat

Ditentukan sebagai berikut :

1. Tahun 1999

Besarnya rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 1999 dapat ditentukan

Sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata pengumpulan piutang} &= \frac{360}{\text{Rata-rata perputaran Piutang}} \\ &= \frac{360}{3,02 \times} \\ &= 92 \text{ hari} \end{aligned}$$

Dengan demikian maka rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 1999 adalah sebesar 92 hari.

2. Tahun 2000

Besarnya rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 2000 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata Pengumpulan Piutang} &= \frac{360}{3,02 \times} \\ &= 119 \text{ hari} \end{aligned}$$

Dengan demikian maka rata-rata pengumpulan piutang tahun 2000 adalah sebesar 119 hari.

3. Tahun 2001

Besarnya rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 2001 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata pengumpulan piutang} &= \frac{360}{2,50 \times} \\ &= 144 \text{ hari} \end{aligned}$$

4. Tahun 2002

Besarnya rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 2002 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata pengumpulan piutang} &= \frac{360}{1,97 \times} \\ &= 183 \text{ hari} \end{aligned}$$

Dengan demikian maka rata-rata pengumpulan piutang tahun 2002 adalah sebesar 183 hari

5. Tahun 2003

Besarnya rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 2003 dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata pengumpulan piutang} &= \frac{360}{1,60 \times} \\ &= 225 \text{ hari} \end{aligned}$$

Dengan demikian maka rata-rata pengumpulan piutang selama tahun 2003 sebesar 225 hari.

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan mengenai rata-rata perputaran piutang

Dan periode pengumpulan piutang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.6
 Hasil Perhitungan Perputaran Dan Periode
 Pengumpulan Piutang Tahun 1999 s/d 2003
 Pada PT.Makassar Raya Motor

Tahun	Rata-Rata Perputaran	Periode Pengumpulan
	Piutang	Piutang
1999	3,92	92 hari
2000	3,02	119 hari
2001	2,50	144 hari
2002	1,97	183 hari
2003	1,60	225 hari
Rata-rata	2,60	153 hari

Sumber : Hasil Olahan Data PT. Makassar Raya Motor di Makassar

Dalam kaitannya dengan table tersebut di atas, maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama lima tahun terakhir ini dari tahun 1999 s/d tahun 2003 adalah sebesar 2,60 x, Sedangkan rata-rata periode pengumpulan piutang selama lima tahun terakhir ini adalah 153 hari. Sedangkan periode pengumpulan piutang adalah 90 hari sehingga dapat dikatakan bahwa terlambatnya periode pengumpulan piutang berpengaruh pula dengan besarnya penjualan secara kredit dan dapat mengakibatkan meningkatnya kerugian piutang tak tertagih.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

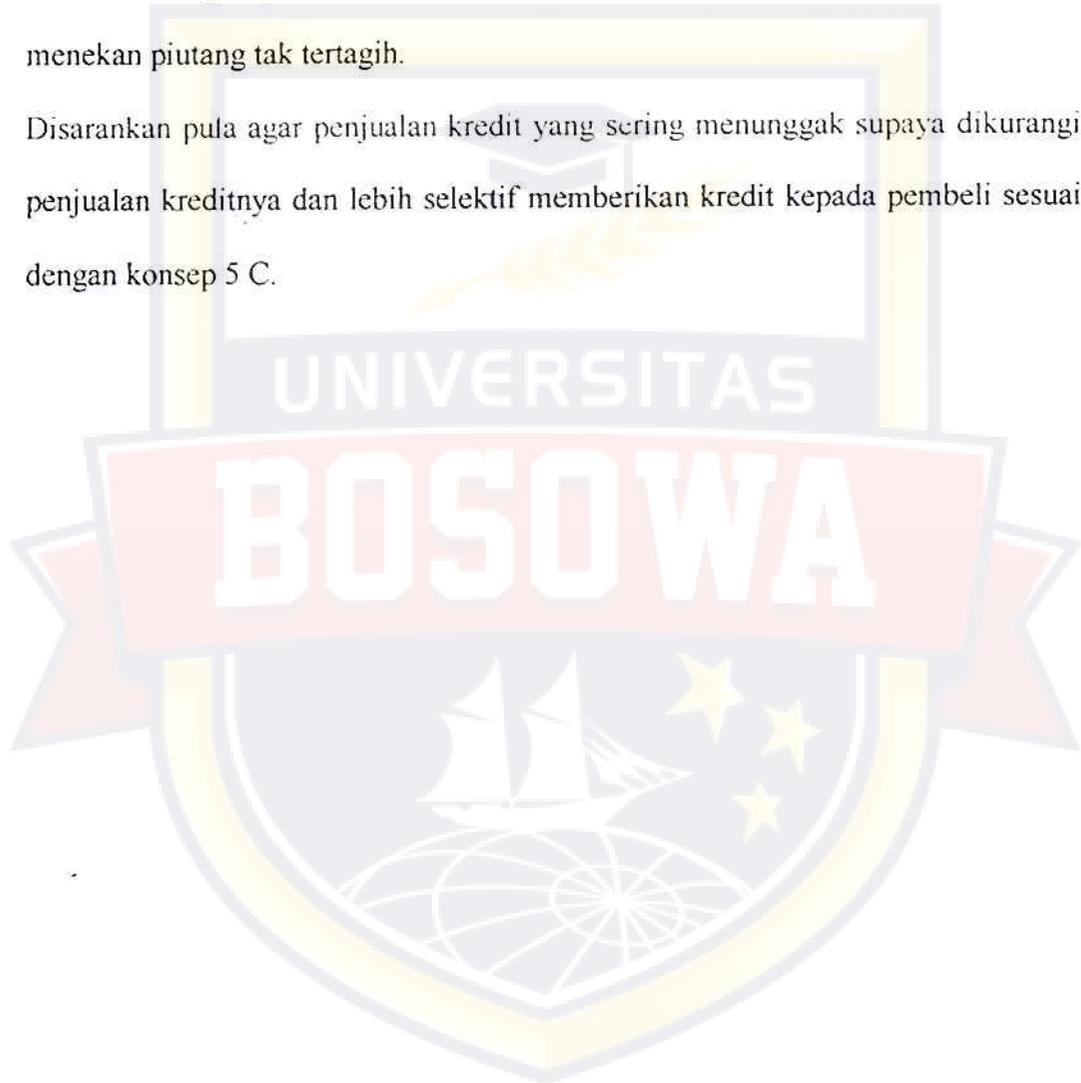
Dari hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis mengenai perputaran, maka rata-rata perputaran piutang atas penjualan mobil selama lima tahun terakhir yakni dari tahun 1999 s/d 2003 adalah sebesar 2,60 kali, sedangkan rata-rata periode pengumpulan piutang selama lima tahun terakhir ini adalah sebesar 153 hari. Sedangkan periode pengumpulan piutang adalah 90 hari sehingga dapat dikatakan bahwa terlambatnya periode pengumpulan piutang berpengaruh pula dengan besarnya penjualan secara kredit dan dapat mengakibatkan meningkatnya kerugian piutang tak tertagih.
2. Dari hasil analisis mengenai pengendalian piutang yang menunjukkan bahwa besarnya piutang tak tertagih untuk tahun 1999 sebesar Rp.14.518.700 atau sebesar 1,77 %, tahun 2000 sebesar Rp. 10.717.300 atau sebesar 0,84 %, tahun 2001 sebesar Rp.2001 sebesar Rp. 11.322.800 atau sebesar 0,82 %, tahun 2002 sebesar Rp. 10.686.200 atau sebesar 0,49 dan tahun 2003 sebesar Rp. 11.289.900 atau sebesar 0,46 %.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka dapatlah diberikan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Disarankan agar perlunya perusahaan menagih piutang agar perusahaan dapat menekan piutang tak tertagih.
2. Disarankan pula agar penjualan kredit yang sering menunggak supaya dikurangi penjualan kreditnya dan lebih selektif memberikan kredit kepada pembeli sesuai dengan konsep 5 C.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. dan Bambang Supomo, 1998, **Akuntansi Manajemen**, Edisi Pertama, Cetakan ketujuh, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Budi Rahardjo, 2003, **Laporan Keuangan Perusahaan**, cetakan pertama, Penerbit : Gadjah Mada University Press, Jakarta
- Dewi Astuti. 2004. **Manajemen Keuangan Perusahaan**. cetakan pertama. Penerbit : Ghalia Indonesia. Jakarta
- Gudono, 1998, **Akuntansi Manajemen**. edisi pertama, cetakan kedua, penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hendry Simamora, 1999. **Akuntansi Manajemen**. penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Indriyo Gitosudarmo, dan Basri, 2002. **Manajemen Keuangan**, edisi keempat, Cetakan pertama, penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Kusnadi, 2000. **Akuntansi Keuangan Tingkat Menengah (*Intermediate*)**. penerbit : Universitas Brawijaya, Malang
- Martono Dan Agus Harjito, 2001, **Manajemen Keuangan**, edisi pertama, cetakan Pertama, penerbit: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi Uneversitas Indonesia, Yogyakarta
- M. Fuad. dkk. 2001 **Pengantar Bisnis**. cetakan pertama. penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Mas`ud Machfoedz, 1999, **Akuntansi Keuangan Menengah**, buku satu , penerbit : BPFE. Yogyakarta
- R.A Supriyono, 2002, **Akuntansi Biaya : Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok**, buku I. edisi kedua. cetakan kesebelas, penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Zaki Baridwan. 2002, **Intermediate Accounting**. edisi ketujuh , cetakan ketujuh, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Sutrisno, 2003. **Manajemen Keuangan**. edisi pertama, cetakan ketiga, penerbit : Ekonisia. Yogyakarta