

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu mencapai laba perusahaan yang optimal dengan cara memfokuskan kegiatan perusahaannya sesuai dengan bidang yang ditekuninya. Sebagai contoh perusahaan manufaktur yang menitikberatkan kegiatan perusahaannya pada bidang perdagangan, perusahaan jasa menitikberatkan dalam bidang pelayanan.

Meskipun setiap perusahaan mempunyai bidang usahanya masing-masing, namun tidak jarang suatu perusahaan juga bergelut di bidang usaha yang lain ataupun di bidang yang sama tapi produk yang berbeda atau bidang yang sama tapi ditambah dengan pelayanan jasa. Semua kegiatan yang dilakukan merupakan upaya untuk memperbesar laba yang akan diterima oleh perusahaan.

Setiap perusahaan sebelum memulai usahanya akan menentukan target pasar yang akan dicapai, dan untuk dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh manajemen seringkali bagian pemasaran menemukan berbagai macam kesulitan, seperti bagaimana cara memasarkan produk, penetapan harga produk, serta bagaimana cara agar bisa tetap bertahan di

pasar. Agar produknya tidak tersingkirkan dari pasar dan dapat bersaing dengan kompetitor baru maka perusahaan harus jeli dan pandai dalam melihat pangsa pasar. Dengan melihat pangsa pasar yang ada maka perusahaan dapat membuat strategi yang benar dan tepat sasaran sehingga perusahaan bukan hanya bisa memasarkan produk tetapi juga harus bisa meningkatkan penjualan secara periodik.

Untuk bisa bersaing di pasar, banyak strategi yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari pemberian potongan harga, bonus, *incentive*, dan penjualan kredit. Penjualan kredit merupakan salah satu cara perusahaan untuk menarik konsumen agar mau mengkonsumsi produk yang dihasilkan. Hampir sebagian besar penjualan suatu perusahaan dilakukan dengan cara kredit, hal ini juga dapat dilihat dari neraca perusahaan dimana piutang usaha dalam golongan aktiva lancar mempunyai nilai persentase yang terbesar.

Karena piutang usaha mempunyai persentase terbesar dalam aktiva lancar maka mempunyai resiko yang besar pula. Resiko yang dihadapi perusahaan tidak hanya datang dari konsumen yang melakukan transaksi kredit, namun bisa juga dari internal perusahaan. Meskipun penjualan banyak dilakukan dengan kredit yang nantinya menimbulkan piutang usaha, perusahaan berusaha agar tidak terjadi masalah dalam penagihan piutang usaha tersebut. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan ketika piutang usaha jatuh tempo maka diperlukan suatu sistem pengendalian

internal penjualan khususnya penjualan kredit untuk mengontrol besarnya piutang usaha.

Seperti yang terjadi di PT. AMP, sistem pengendalian yang sudah tercipta tidak mampu mencegah kenaikan angka piutang tak tertagih yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Sebelum menjalankan operasional, manajemen perusahaan telah menyiapkan suatu sistem untuk mengatur tata cara pendistribusian barang dari perusahaan ke konsumen dan tata cara penagihan untuk barang yang telah didistribusikan. Namun dalam pelaksanaannya tidak semudah yang dibayangkan, banyak kendala-kendala yang timbul dalam kegiatan operasionalnya.

Untuk mengimbangi masalah-masalah yang timbul dalam melaksanakan penjualan terutama penjualan kredit, maka sistem yang tercipta pun mengalami perubahan-perubahan. Manajemen harus menganalisa dan mengambil keputusan secara tepat agar sistem pengendalian yang diciptakan tidak menghambat pendistribusian barang yang nantinya dapat mengakibatkan penurunan angka penjualan yang berdampak juga pada penurunan laba perusahaan.

Masalah-masalah yang mengakibatkan piutang tak tertagih meningkat bukan hanya berasal dari faktor eksternal, tetapi bisa juga berasal dari faktor internal perusahaan. Faktor eksternal yang mengakibatkan terjadinya piutang tak tertagih pada PT. AMP adalah adanya konsumen yang telah melakukan

transaksi jual-beli dengan PT. AMP namun tidak sanggup membayar. Ketidaksanggupan membayar ini ada yang diselesaikan secara hukum dan ada yang tidak dapat diselesaikan secara hukum dikarenakan konsumen melarikan diri dan tidak diketahui keberadaannya.

Sedangkan faktor internal yang mengakibatkan piutang tak tertagih PT. AMP meningkat adalah kecurangan yang dilakukan oleh karyawan PT. AMP sendiri. Kecurangan yang dilakukan oleh karyawan ini ada yang dikenakan sanksi yaitu berupa uang penggantian yang dilakukan dengan cara memotong gaji karyawan yang bersangkutan, namun ada yang tidak dapat dikenakan sanksi dikarenakan karyawan yang bersangkutan telah melarikan diri dari tanggungjawabnya. Kecurangan yang dilakukan oleh karyawan ini dapat dipakai sebagai salah satu indikator lemahnya sistem pengendalian internal perusahaan yang dijalankan atau subsistem mana yang belum tepat dan perlu dilakukan pembenahan.

Sebenarnya PT. AMP telah menciptakan sistem pengendalian internal untuk penjualan kredit yang berupa pembagian wewenang antara bagian penjualan, bagian gudang, bagian pengiriman, dan bagian pencatatan, dimana masing-masing bagian memerlukan data pendukung untuk menjalankan transaksinya. Dokumen-dokumen pendukung yang telah dijalankan oleh PT. AMP seperti data konsumen, pengajuan kredit limit, pemesanan barang (*sales order*), surat pengiriman barang (*delivery order*), memo kredit (*credit memo*),

lembar penagihan (*invoice*), serta rincian pembayaran tagihan (RPT) sebagai dokumen pendukung dalam melakukan jurnal pelunasan piutang usaha.

Sebelum melakukan penjualan kredit biasanya bagian kredit akan menyodorkan *form* data konsumen untuk diisi terlebih dahulu serta melakukan *survey* ke konsumen untuk mengetahui secara garis besar kondisi konsumen di pasaran. *Survey* yang dilakukan dapat berupa tanya jawab dengan pemilik toko mengenai *omzet* penjualan perbulan, jumlah pengambilan perbulan, dan *merk* apa saja yang sudah diajak kerjasama oleh konsumen tersebut. Selain melakukan tanya jawab dengan konsumen, *survey* juga dapat dilakukan dengan menganalisa luas toko, *shopboard* yang ada, jumlah pegawai serta informasi yang diterima dari marketing produk lain yang sejenis. Dengan melakukan *survey* ke konsumen bagian kredit dapat memperkirakan berapa *credit limit* yang akan diberikan ke konsumen dengan menganalisa hasil *survey*. Untuk konsumen baru bagian kredit tidak hanya menentukan besarnya kredit limit tetapi juga syarat pembayaran (*term of payment*). Syarat pembayaran yang dilakukan oleh PT. AMP untuk konsumen baru adalah penjualan tunai atau penjualan kredit dengan lama waktu pembayaran selama 30 hari dan batas kredit yang diberikan sebesar Rp.25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah). Apabila dalam beberapa bulan kedepan konsumen secara *continue* melakukan transaksi dan menaati semua prosedur yang ditetapkan

oleh PT. AMP maka bagian kredit akan melakukan analisa untuk menaikan kredit limit serta melakukan negosiasi tentang syarat pembayaran.

Meskipun perusahaan telah melakukan analisa sebelum mengotorisasi penjualan kredit namun tidak jarang perusahaan juga mengalami kesalahan dalam memberikan analisa tersebut. Kesalahan dalam memberikan analisa ini bukan semata-mata kesalahan bagian kredit dalam mengotorisasi penjualan kredit, namun bisa juga disebabkan oleh pihak eksternal yang memberikan data tidak lengkap atau manipulasi ketika mengisi data konsumen dan pihak internal mendukung data tersebut dengan maksud menaikan *omzet* perusahaan. Selain pengisian data yang tidak benar oleh konsumen, piutang tak tertagih bisa terjadi karena pihak ketiga melakukan kecurangan juga kepada pihak kedua sehingga berakibat kepada pihak pertama. Kecurangan yang dilakukan pihak eksternal baik disengaja ataupun tidak disengaja dapat mempertinggi persentase piutang tak tertagih.

Terjadinya piutang tak tertagih yang diakibatkan oleh pihak eksternal tidak dapat kita perkirakan dan hindari tetapi dapat kita minimalisasi dengan melakukan serangkaian prosedur dan analisa. Berbeda dengan piutang tak tertagih yang disebabkan oleh pihak internal yang harusnya tidak boleh terjadi tetapi dalam kenyataan di PT. AMP piutang tak tertagih yang disebabkan oleh pihak internal memiliki angka yang cukup signifikan. Kecurangan yang dilakukan oleh karyawan PT. AMP membuktikan tidak adanya sikap etik

dalam berprofesi dan lemahnya sistem pengendalian yang dijalankan untuk saat ini. Kecurangan yang dilakukan oleh pihak internal tidak hanya dilakukan oleh satu subsistem tetapi merupakan kerjasama antar subsistem-subsistem di dalamnya. Pada dasarnya sistem akuntansi yang diciptakan sudah cukup memadai namun sistem tersebut dilanggar dan disalahgunakan oleh pihak-pihak yang mempunyai otorisasi di dalamnya.

Kecurangan yang dikarenakan faktor eksternal dan internal membuat perusahaan mengalami kerugian yang signifikan karena hampir 90% penjualan di PT. AMP dilakukan dengan penjualan kredit. Manajemen perusahaan berusaha untuk menganalisa secermat mungkin dan mengambil berbagai tindakan untuk meminimalisasi piutang tak tertagih di PT. AMP, namun hal ini tidaklah mudah karena perlu adanya dukungan dari semua subsistem dan perlu adanya kesadaran beretika dalam berprofesi. Kesulitan-kesulitan yang dialami oleh manajemen berakibat persentase piutang tak tertagih pada PT. AMP tidak menurun tetapi malah semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Dengan melihat persentase kenaikan piutang tak tertagih pada PT. AMP yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, maka disini penulis ingin menganalisa sistem pengendalian internal atas penjualan kredit yang telah dijalankan oleh PT. AMP apakah sudah sesuai atau belum dengan kaidah-kaidah akuntansi yang seharusnya dijalankan. Untuk menganalisa sistem

pengendalian internal atas penjualan kredit PT. AMP penulis mengambil judul:

“ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL ATAS PENJUALAN KREDIT UNTUK MEMINIMALISASI PIUTANG TAK TERTAGIH DI PT. AMP.”

B. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh PT. AMP adalah sebagai berikut :

- a. Penyebab terjadinya piutang tak tertagih di PT. AMP disebabkan oleh faktor eksternal dan internal baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.
- b. Penerapan sistem pengendalian di PT. AMP belum dijalankan secara maksimal karena masih banyak terjadi kecurangan yang dilakukan oleh orang-orang yang mempunyai otoritas di dalamnya.
- c. Terjadinya piutang tak tertagih di PT. AMP yang disebabkan faktor internal dikarenakan karyawan di PT. AMP tidak patuh terhadap *Standard Operating Procedure (SOP)* perusahaan.

- d. Manajemen perusahaan lebih fokus pada *omzet* penjualan, sehingga mengabaikan sistem akuntansi yang seharusnya dijalankan.

2. Pembatasan Masalah

Karena luasnya faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya piutang tak tertagih di PT. AMP, maka disini penulis hanya membatasi masalah pada :

- a. Penulis hanya membatasi penelitian pada pelaksanaan sistem pengendalian internal perusahaan dalam memberikan penjualan kredit untuk meminimalisasi piutang tak tertagih.
- b. Penulis juga membatasi tempat dan waktu penelitian yaitu penelitian ini dilaksanakan pada PT. AMP dari bulan Januari 2013.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka penulis ingin merumuskan masalah yang timbul di PT. AMP dengan adanya penjualan kredit, antara lain :

1. Apakah sistem pengendalian internal yang dijalankan oleh PT. AMP sudah efektif dan sesuai dengan teori-teori yang ada ?

2. Apakah kepatuhan karyawan PT. AMP menjalankan *SOP* perusahaan dalam kegiatan operasionalnya dapat meminimalisasi piutang tak tertagih?

D. Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah di atas, adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah sistem pengendalian internal yang dijalankan oleh PT. AMP sudah efektif dan sesuai dengan teori-teori yang ada.
2. Untuk mengetahui apakah kepatuhan karyawan PT. AMP menjalankan *SOP* perusahaan dalam kegiatan operasionalnya dapat meminimalisasi piutang tak tertagih.

E. Manfaat Dan Kegunaan

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis

Dengan melakukan penelitian ini, dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang bagaimana cara melakukan pengendalian terhadap piutang usaha.

2. Perusahaan

Sebagai masukan bagi manajemen perusahaan khususnya bagian piutang usaha dalam melakukan pengendalian internal untuk meminimalisasikan piutang tak tertagih.

3. Peneliti Lain

Dapat sebagai informasi tambahan dan perbandingan dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan sistem pengendalian internal piutang usaha

F. Sistematika Penulisan

Bab I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang mengapa penelitian ini dilakukan, masalah yang ditemukan karena adanya penelitian ini, tujuan dan manfaat mengapa penulis mengambil topik ini sebagai bahan penelitian serta sistematika penulisan proporsal.

Bab II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan memuat tentang pengertian-pengertian yang didukung dengan teori-teori dan pemikiran dari peneliti terdahulu yang ada hubungannya dengan materi penelitian yang dilakukan. Dimana teori-teori tersebut akan dikaitkan

dengan fakta-fakta yang terjadi saat ini dan didukung oleh sumber-sumber informasi yang didapat penulis dari sumber aslinya. Pada bab ini juga akan dibahas tentang kerangka pikir peneliti dimana peneliti berharap dengan kerangka pikir ini akan dapat memberikan suatu masukan untuk pengembangan sistem pengendalian perusahaan yang sedang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan merinci secara kronologis tentang perusahaan yang diteliti, tempat dan waktu penelitian, sumber-sumber data, dan metode-metode yang akan dipakai untuk penelitian ini serta definisi variabel-variabel yang diteliti.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang profil PT. AMP yang meliputi sejarah singkat, visi dan misi, serta produk yang dihasilkan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang analisa dari penelitian tentang sistem pengendalian internal penjualan kredit PT. AMP untuk meminimalisasi piutang tak tertagih.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutupan yang berisikan kesimpulan dan saran yang dijadikan masukan dan sumbangan pemikiran penulis kepada PT. AMP.