



**PERANAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN
TERHADAP KELANCARAN PENERIMAAN PIUTANG PADA
PT. CIPTA MAS BUANA**

SKRIPSI

Dibuat Oleh :

Natalia
022100041

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

NOVEMBER 2005

PERANAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN TERHADAP
KELANCARAN PENERIMAAN PIUTANG PADA
PT. CIPTA MAS BUANA

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi.



(Dr. Eddy Mulyadi-Soepardi, MM., SE, Ak.)

Ketua Jurusan,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by 'unarta', enclosed within a large, hand-drawn oval.

(Ketut Sunarta ,Drs., Ak., MM.)

**PERANAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN
TERHADAP KELANCARAN PENERIMAAN PIUTANG PADA
PT. CIPTA MAS BUANA**


Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Sabtu, Tanggal : 1 / Oktober / 2005

Natalia
022100041

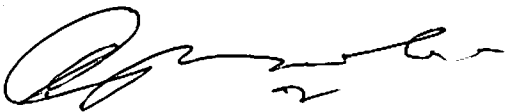
Menyetujui.

Dosen Penilai,



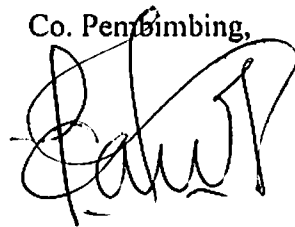
(Fazariah Mahruzar, M.M., Dra., Ak.)

Pembimbing,



(Sunarko, M.M., Drs., Ak.)

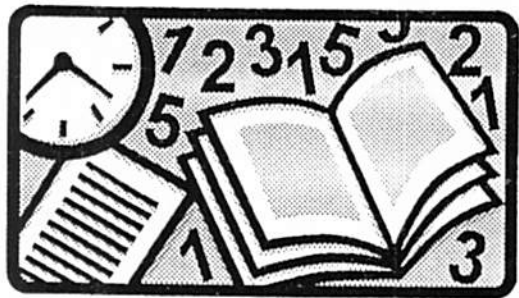
Co. Pembimbing,



(Fauzi, Drs., Ak.)

Kolose 3:23

“... Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk TUHAN dan bukan untuk manusia. OlehNya kita memperoleh pengetahuan akan kebenaran.”



Markus 91:7

“... Apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu.”

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK

ALM. PAPA dan ALM. MAMA TERCINTA

ANDRE, yang slalu ada waktu ku butuh.MAKASIH...

ABSTRAK

NATALIA. NPM 022100041. Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Pembayaran Piutang pada PT. Cipta Mas Buana. Dibawah bimbingan: SUNARKO dan FAUZI.

Salah satu cara yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan adalah melalui peningkatan penjualan, dengan cara memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibelinya dalam sistem pembayaran yaitu Pemberian kredit. Dasar dari kredit adalah kepercayaan, piutang harus dikelola dengan tepat dan memperoleh hasil maksimal. Dengan sistem pengendalian yang memadai akan dapat mengurangi terjadinya kesalahan dan dapat segera menemukan praktek-praktek yang tidak sesuai untuk segera diambil tindakan antisipasi oleh manajemen perusahaan dengan penerapan sistem pengendalian intern penjualan akan dapat memberikan keandalan data atas setiap transaksi yang terjadi sehingga kelancaran penerimaan piutang akan menunjang perputaran aliran kas perusahaan sehingga kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan lancar, aman dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan disertai dengan tingkat piutang tak tertagih yang terkendali.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul : **Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Penerimaan / Penagihan Piutang Pada PT. Cipta Mas Buana.**

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah Untuk mengetahui peranan sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana yang berlokasi di Jl. K. H. Wahid Hasyim No. 48, Jakarta, yang menjalankan usaha dibidang perdagangan dengan menjadi distributor farmasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif survey dengan analisis kualitatif dengan melihat hubungan antar variabel Sistem Pengendalian Intern Penjualan terhadap Kelancaran Penerimaan Piutang.

Transaksi penjualan pada PT. Cipta Mas Buana melibatkan bagian penjualan, bagian administrasi penjualan, bagian kas, bagian akuntansi dan bagian gudang. Sistem pengendalian intern penjualan yang dilaksanakan oleh PT. Cipta Mas Buana secara garis besar cukup memadai, dibuktikan dengan adanya penerapan unsur-unsur yang saling berkaitan yaitu : organisasi, prosedur dan pencatatan penjualan, praktik yang sehat dan karyawan yang mutunya sesuai tanggung jawab. Pengendalian piutang dilakukan dengan penerapan kebijakan kredit perusahaan yaitu standar kredit yang merupakan penilaian kredibilitas pelanggan, syarat kredit dan kebijakan penagihan.

Dengan diterapkannya sistem pengendalian intern penjualan diharapkan dapat mendorong ketaatan pada kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan untuk dapat meminimalkan jumlah piutang tak tertagih sehingga kelancaran pembayaran piutang akan menunjang perputaran aliran kas perusahaan. agar kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan lancar, aman dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan disertai dengan tingkat piutang tak tertagih yang terkendali.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan, atas kasih dan karunia-Nya dan segala berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mencapai Gelar Sarjana Jenjang Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Materi yang diajukan penulis pada penulisan skripsi ini menyangkut mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi dengan judul "PERANAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN TERHADAP KELANCARAN PENERIMAAN PIUTANG PADA PT. CIPTA MAS BUANA".

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak DR. Eddy Mulyadi S., Drs., Ak., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Ketut Sunarta, Drs., Ak., MM., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Ellyn Octavianty, SE., MM., selaku Koordinator Seminar Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Bapak Sunarko, SE., Ak., MM., selaku Dosen Pembimbing.
5. Bapak Fauzi, Drs., Ak selaku Co Pembimbing.
6. Seluruh Staff Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.

7. Pimpinan, Manajer, serta seluruh staff PT. Cipta Mas Buana khususnya Bapak Belly Sudrajat selaku Ketua Bagian Keuangan yang telah bersedia membantu dan memberikan data-data dan penjelasan yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Staff Perpustakaan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
9. Alm. Papa dan Alm. Mama yang telah merawat, memberikan kasihnya dan selalu mendoakanku.
10. Koko Jemy dan teman-teman kls A, Akt.2000 untuk kebersamaannya yang kompak serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam banyak hal kepada penulis semasa kuliah dan dalam penulisan skripsi ini.
11. My BestFriend Andre thank's atas support dan bantuannya selalu.
12. Sobat-sobat sejatiku: Iing, Tuti, Ta-ta, Maya, Emih, Inge, Yani, Ari, dan Tari buat persahabatan yang manis selama ini.

Penulis menyadari dengan sesungguhnya bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan, mengingat keterbatasan waktu dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, bimbingan dan saran perbaikan dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi penulis dan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bogor, November 2005

Natalia

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian.....	6
1.3.1. Kerangka Pemikiran.....	6
1.3.2. Paradigma Penelitian.....	15
1.6. Hipotesis Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Sistem Pengendalian Intern.....	17
2.1.1. Pengertian Sistem Pengendalian Intern.....	17
2.1.2. Tujuan Sistem Pengendalian Intern.....	19
2.1.3. Unsur-unsur Sistem Pengendalian Intern.....	22
2.1.4. Unsur-unsur Pengendalian Intern Penjualan.....	24
2.2. Pengendalian Intern Penjualan	27
2.2.1. Pengertian Pengendalian Intern Penjualan.....	27
2.2.2. Tujuan Pengendalian Intern Penjualan.....	26
2.2.3. Catatan Akuntansi Yang Digunakan Dalam Sistem Penjualan Kredit.....	30
2.3. Piutang Usaha.....	31
2.3.1. Pengertian Piutang Usaha.....	31
2.3.2. Pengertian Kebijakan Piutang Usaha.....	34
2.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Piutang Usaha.....	35
2.3.3.1. Standar Kredit.....	35
2.3.3.2. Persyaratan Kredit.....	39
2.3.3.3. Kebijakan Penagihan Piutang.....	41
2.4 Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Penerimaan Piutang.....	43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	46
3.2. Metode Penelitian.....	47
3.2.1. Desain Penelitian.....	47
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2.3. Metode Penarikan Sampel.....	49
3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data.....	50
3.2.5. Metode Analisis.....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.1. Pendirian dan Perkembangan Perusahaan.....	53
4.1.2. Struktur Organisasi, Tugas dan Wewenang	56
4.2. Pembahasan dan Analisis.....	65
4.2.1. Pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Pada PT. Cipta Mas Buana.....	65
4.2.2. Kelancaran Penerimaan Piutang.....	77
4.2.3. Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Penerimaan Piutang Pada PT. Cipta Mas Buana.....	89

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	93
5.2. Saran.....	95

JADWAL PENELITIAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 2	: Daftar Umur Piutang PT. Cipta Mas Buana.....	88
Tabel 3	: Cadangan Piutang tak Tertagih PT. Cipta Mas Buana.....	89
Tabel 4	: Data Kebijakan Kredit Lama (Tahun 2001) dan Kebijakan Kredit Baru (Tahun 2002, 2003) PT. Cipta Mas Buana.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Paradigma Penelitian.....	15
----------	-----------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Riset
- Lampiran 2 : Struktur Organisasi PT. Cipta Mas Buana
- Lampiran 3 : Flowchart Penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dalam kondisi perekonomian yang berkembang dengan pesat, sulit bagi pemilik atau pemegang saham sebuah perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaannya sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu faktor penyebabnya adalah perkembangan dunia usaha yang semakin luas dan kompleks memberikan dampak persaingan yang semakin tajam pada berbagai perusahaan yang ada. Di dalam menghadapi persaingan ini, perusahaan berusaha menjalankan operasi perusahaan dengan membuat perencanaan dan melakukan pengendalian dengan sebaik mungkin agar dapat mengurangi terjadinya kesalahan dan penyelewengan terhadap kehandalan dan keakuratan data akuntansi. Pengendalian yang dimaksud adalah dalam bentuk sistem pengendalian intern yang ada dalam perusahaan.

Hasil dari pelaksanaan pengendalian intern akan digunakan sebagai dasar melakukan analisa, apakah hasil yang telah dicapai sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Dari hasil-hasil analisa tersebut manajemen dapat melakukan tindakan-tindakan perbaikan atas kelemahan-kelemahan yang terjadi di masa yang akan datang sehingga perusahaan dapat mempertahankan kesinambungan usahanya dan tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal. Salah satu cara yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan adalah melalui

peningkatan penjualan, dengan cara memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibelinya dalam sistem pembayaran. Pemberian kredit dalam penjualan adalah salah satu cara dalam memudahkan sistem pembayaran, karena para pelanggan tidak harus membayar tunai produk yang dibelinya tetapi diberikan masa periode sampai dengan tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan untuk membayar hutangnya. Dasar dari kredit adalah kepercayaan. Untuk pembayaran secara kredit ini diperlukan kepercayaan dari penjual bahwa pembeli akan membayar tepat pada waktunya. Kredit tanpa kepercayaan tidak mungkin terjadi (Teguh, 1996, 12).

Penjualan dengan kredit akan meningkatkan volume penjualan yang berkaitan dengan peningkatan laba. Namun penjualan dengan cara kredit akan berpengaruh terhadap piutang dagang perusahaan, semakin besar kredit yang diberikan, semakin besar pula jumlah piutang perusahaan, piutang yang besar akan meningkatkan risiko piutang tak tertagih, kemacetan atas piutang maupun keterlambatan pembayarannya akan menghambat aliran kas perusahaan sehingga menimbulkan kerugian dan mempengaruhi kelangsungan beroperasinya perusahaan.

Oleh karena itu piutang harus dikelola dengan tepat sehingga akan memperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan perusahaan sehingga kemungkinan kerugian akibat adanya piutang tak tertagih dapat ditekan seminimal mungkin. Dengan sistem pengendalian yang memadai akan dapat mengurangi terjadinya kesalahan dan dapat segera menemukan praktek-

praktek yang tidak sesuai untuk segera diambil tindakan antisipasi oleh manajemen perusahaan.

PT. Cipta Mas Buana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan menjalankan kegiatan usaha dengan menjadi distributor. Dalam kegiatan usahanya perusahaan menerapkan penjualan kredit untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan volume penjualan dan laba perusahaan. Namun penjualan dengan cara kredit akan berpengaruh terhadap piutang dagang perusahaan, besarnya piutang tak tertagih akan menghambat aliran kas perusahaan sehingga menimbulkan kerugian dan mempengaruhi kelangsungan beroperasinya perusahaan. Untuk dapat mengatasi masalah tersebut, diperlukan sistem pengendalian intern penjualan yang dapat memberikan keandalan data atas setiap transaksi yang terjadi sehingga kelancaran pembayaran piutang akan menunjang perputaran aliran kas perusahaan agar kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan lancar, aman dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan disertai dengan tingkat piutang tak tertagih yang terkendali.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam penelitian untuk mengetahui lebih jelas dan mendalam. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul : Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Penerimaan / Penagihan Piutang Pada PT. Cipta Mas Buana.

1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

- 1) Apakah sistem pengendalian intern untuk penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan sudah memadai?
- 2) Bagaimana kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana?
- 3) Bagaimana peranan sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang digunakan sebagai bahan dalam penyusunan karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Disamping itu sebagai upaya dalam pengembangan ilmu yang diterima selama perkuliahan, maka teori-teori yang didapat tersebut kemudian dianalisis dan dibandingkan dengan keadaan sebenarnya di lapangan, sehingga diharapkan dapat memberikan pemecahan masalah yang terbaik.

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui sistem pengendalian intern penjualan yang diterapkan pada perusahaan apakah sudah memadai.
- 2) Untuk mengetahui kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

- 3) Untuk mengetahui peranan sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai relevansi teori dan praktek.

1.4.1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan pada program studi Strata I Fakultas Ekonomi/Jurusan Akuntansi Universitas Pakuan, yaitu pengaplikasian ilmu yang diperoleh terhadap masalah.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna bagi perusahaan sebagai masukan dan sumbangan pemikiran dalam melakukan perencanaan di bidang sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Kebijakan penjualan secara kredit merupakan salah satu cara perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan yang berkaitan dengan peningkatan laba dan mengimbangi kebijakan kredit yang diterapkan pada perusahaan pesaing yang sejenis. Demikian pula dengan calon pembeli menginginkan agar barang yang dibelinya itu diperoleh secara kredit, sehingga kedua hal tersebut mendorong timbulnya transaksi jual beli secara kredit.

Penjualan dengan cara kredit akan berpengaruh terhadap piutang dagang perusahaan, semakin besar kredit yang diberikan, semakin besar pula jumlah piutang perusahaan, piutang yang besar akan meningkatkan risiko piutang tak tertagih, kemacetan atas piutang maupun keterlambatan pembayarannya akan menghambat aliran kas perusahaan sehingga menimbulkan kerugian dan mempengaruhi kelangsungan beroperasinya perusahaan. Untuk dapat mengatasi masalah tersebut, diperlukan sistem pengendalian intern penjualan yang dapat memberikan keandalan data atas setiap transaksi yang terjadi. Dengan sistem pengendalian yang memadai akan dapat mengurangi terjadinya kesalahan dan dapat segera menemukan praktek-praktek yang tidak sesuai untuk segera diambil tindakan antisipasi oleh manajemen perusahaan.

Konsep sistem pengendalian intern menurut Wilson D. James and John B. Campbell (1996, 122), menguraikan sebagai berikut :

Sistem pengendalian intern mencakup rencana organisasi dan semua metode serta tindakan yang digunakan dalam perusahaan untuk mengamankan harta, mengecek kecermatan dan keandalan dari data akuntansi, memajukan efisiensi operasi, dan memastikan dipatuhinya kebijakan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Maksud dari pengertian sistem pengendalian intern tersebut adalah menekankan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan.

Amin Wijaya Tunggal (1996, 2) menjelaskan beberapa tujuan sistem pengendalian intern yang efektif yaitu “untuk menjamin ketelitian dan kebenaran data akuntansi, mengamankan harta kekayaan dan catatan pembukuannya, menerapkan efisiensi usaha, dan mendorong ditaatinya kebijakan pimpinan yang telah digariskan”.

Adapun unsur-unsur yang menunjang terlaksananya sistem pengendalian intern yang efektif menurut Krismiaji (2002, 225):

1. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas
2. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan dan biaya.
3. Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap organisasi.
4. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

Menurut tujuannya sistem pengendalian intern dibagi menjadi 2 macam yaitu:

1. Pengendalian intern akuntansi, yang terdiri dari struktur organisasi dan prosedur-prosedur serta

catatan-catatan yang berkaitan dengan pengamanan aktiva dan dapat dipercayanya catatan financial, konsekuensinya, organisasi, prosedur, dan catatan yang disusun untuk menemukan jaminan yang cukup.

2. Pengendalian intern administratif, meliputi struktur organisasi dan prosedur-prosedur serta catatan-catatan yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pengesahan (otorisasi) transaksi-transaksi oleh manajemen (Sofyan, 2001, 126).

Semakin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya jumlah piutang berarti risiko kredit akan semakin besar namun bersamaan dengan itu akan memperbesar profitabilitas perusahaan. Risiko kredit adalah risiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada pelanggan. Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para langganannya, perusahaan perlu mengadakan evaluasi risiko kredit dari para pelanggan tersebut.

Agar transaksi penjualan dapat berjalan aman dan sesuai tujuan, maka diperlukan adanya suatu sistem pengendalian terhadap proses penjualan tersebut. Konsep pengendalian penjualan menurut Amin (1996, 233) menguraikan sebagai berikut:

Pengendalian Penjualan meliputi analisis dan telaahan yang diperlukan bersama-sama dengan tindak lanjutannya, kegiatan sebenarnya kebijakan dan metode yang diperlukan untuk memperoleh volume penjualan yang diinginkan dengan biaya yang wajar, yang menghasilkan laba kotor yang diperlukan untuk memperoleh rentabilitas yang diharapkan atas investasi modal yang bersangkutan.

Dalam melakukan penjualan secara kredit maka tidak terjadi penerimaan kas pada saat dilakukan penjualan, tetapi menimbulkan piutang dagang. Perusahaan baru menghasilkan penerimaan kas pada saat hari jatuh temponya sehingga terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut.

Indra Bastian dan Gatot Soeprianto (2002, 63) menjelaskan pengertian piutang sebagai berikut:

Piutang adalah klaim entitas pemerintah daerah atas uang, barang-barang, atau jasa terhadap pihak-pihak lain. Selain dari penjualan barang-barang atau jasa, piutang dapat juga timbul dari kegiatan lain seperti memberi pinjaman kepada karyawan, memberi uang muka pada entitas pemerintah yang lebih rendah atau penjualan aktiva tetap yang sudah tidak digunakan dalam entitas pemerintah, dan pengakuan akuntansi karena dasar waktu.

Piutang menggambarkan penjualan pada pelanggan dimana perusahaan belum menerima pembayaran kas.

Perusahaan berupaya meminimalkan jumlah piutang tak tertagih untuk menunjang kelancaran penerimaan piutang dengan melakukan penyeleksian yang berkaitan dengan kredibilitas pelanggan dalam melakukan fungsi pengesahan kredit melalui standar pemberian kredit sebagai prosedur yang ditempuh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit, dan jika diberikan berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut.

Pengertian kredit menurut Teguh (1996, 12) dalam bukunya *Manajemen Perkreditan Bagi Bank Komersil* mendefinisikan, "Kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian

atau mengadakan suatu pinjaman dengan pembayaran ditangguhkan pada suatu jangka waktu yang telah disepakati”.

Penetapan standar pemberian kredit dan prosedur pengelolaan piutang yang efektif akan meningkatkan kelancaran pembayaran piutang sehingga kemungkinan kerugian akibat adanya piutang tak tertagih dapat ditekan seminimal mungkin. Untuk mengevaluasi risiko kredit dari para pelanggan, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit yang akan diberikan. Penilaian risiko kredit dalam mengevaluasi kelayakan seorang pelanggan untuk diberi kredit adalah melalui standar kredit.

Standar kredit menurut Lukman Syamsuddin (2000, 297) adalah “Kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit”.

Menurut Lawrence J. Gitman (2000, 657) dalam melakukan penilaian terhadap pelanggan untuk pemberian kredit ada 5 dimensi (analisis 5C) yaitu :

- a. *Character* (Watak/ kepribadian)
Faktor utama didalam menganalisa kelayakkan kredit seorang pelanggan dengan cara menilai tingkat kesadaran moril dari pelanggan lewat sifat-sifat pribadi, cara hidup, status sosial, dan lain-lain. Hal ini penting karena berkaitan dengan kemauan untuk membayar (*willingness to pay*).
- b. *Capacity* (Kemampuan)
Penilaian dengan meneliti kemampuan pimpinan perusahaan beserta staffnya dalam meraih penjualan ataupun pendapatan yang dapat diukur dari penjualan yang dicapai pada masa lalu dan juga keahlian yang dimiliki dalam bidang usahanya. Hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk membayar (*ability to pay*).

- c. *Capital* (Modal)
Dengan mengukur posisi keuangan secara umum dengan memperhatikan modal yang dimiliki perusahaan dan juga perbandingan hutang dan modalnya.
- d. *Collateral* (Jaminan)
Dengan mengukur besarnya aktiva yang akan diikrarkan sebagai jaminan atas kredit.
- e. *Condition* (Kondisi)
Dengan memperhatikan keadaan perekonomian pada umumnya yang akan berpengaruh terhadap jalannya usaha perusahaan.

Pelunasan piutang dari pelanggan ditetapkan dalam syarat kredit yang diberikan oleh perusahaan. Pengertian syarat kredit menurut Lukman Syamsuddin (2000, 358) adalah:

- ketentuan mengenai kondisi dari kredit yang berkaitan dengan pengaturan pembayaran misalnya: lamanya periode kredit yang diberikan.
- ketentuan mengenai pengaturan pembayaran kredit yang diberikan perusahaan kepada debiturnya, misalnya: jangka waktu atau periode kredit yang diberikan kepada debitur serta pemberian potongan tunai atau diskon (jika ada).

Syarat-syarat kredit meliputi 3 hal, yaitu:

- a. Potongan tunai (*cash discount*).

Adalah suatu presentase pengurangan dari harga beli jika pembeli membayar dalam jangka waktu khusus yang lebih pendek dari jangka waktu yang ditetapkan.

- b. Jangka waktu potongan tunai (periode *cash discount*).

Adalah jumlah hari yang dihitung mulai dari jangka waktu kredit dimana potongan tunai masih berlaku.

c. Periode kredit.

Adalah batas waktu dimana pembayaran perusahaan atas piutang diterima.

Misalnya: syarat kredit perusahaan adalah 2/10, net 30 berarti potongan tunai sebesar 2% yang akan diberikan bila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu 10 hari. Dan pembayaran penuh atau pelunasan harus dilakukan pelanggan dalam waktu 30 hari.

Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas. Syarat kredit yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat. Semakin panjang batas waktu pembayarannya berarti semakin besar jumlah investasi dalam piutang.

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau syarat bagi kredit yang diberikan kepada pelanggan. Makin tinggi syarat kredit yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti semakin besar dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula dengan ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit. Semakin selektif para langganan yang diberi kredit akan meminimalkan jumlah investasi dalam piutang.

Kebijakan penagihan merupakan cara yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk menagih piutang usaha. Berhasil tidaknya

kebijakan kredit yang ditetapkan oleh perusahaan pada akhirnya tergantung dari berhasil tidaknya perusahaan memperoleh pembayaran atas penjualan yang telah dilakukan. Prosedur umum yang digunakan dalam pengumpulan piutang, antara lain: surat, telepon, kunjungan pribadi, agen, jalur hukum.

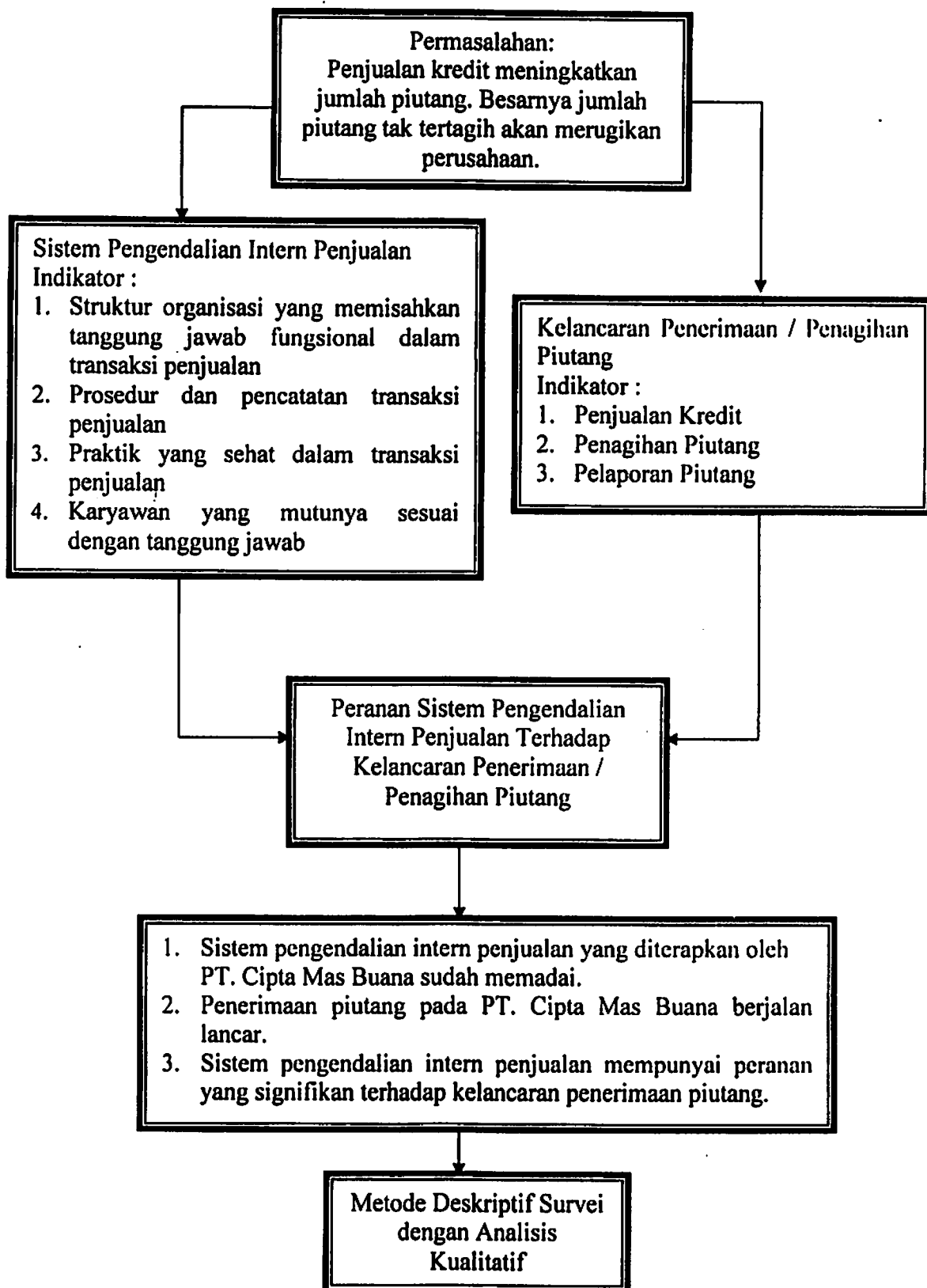
Agar suatu piutang dapat diubah kembali menjadi uang tunai dilakukan penagihan, namun penagihan piutang sering menemui kendala-kendala baik yang intern maupun yang ekstern. Faktor intern berasal dari sistem pengendalian intern penjualan yang kurang baik dan faktor ekstern dapat berupa keadaan langganan untuk mencoba menghindari dari kewajiban membayar utangnya.

Perusahaan perlu mengadakan penyelidikan mengenai kemampuan para pelanggan untuk memenuhi kewajiban finansilnya. Penyelidikan kemampuan ini tidak hanya menyangkut bidang materiil saja, tetapi juga menyangkut penyelidikan mengenai sifat atau watak dari para langganan, apakah mereka mempunyai kebiasaan dan kesediaan untuk memenuhi kewajibannya. Berdasarkan penyeleksian tersebut perusahaan dapat memutuskan untuk tidak memberikan kredit atau memperberat syarat pembayaran kepada para langganan yang termasuk dalam golongan risiko yang lebih tinggi sehingga dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas sehingga meminimalkan investasi dalam piutang.

Dengan penerapan sistem pengendalian intern penjualan diharapkan dapat mendorong ketaatan pada kebijakan dan prosedur

yang berlaku dengan tujuan untuk meminimalkan risiko kredit macet sehingga kelancaran penerimaan piutang akan menunjang perputaran aliran kas perusahaan dalam kegiatan operasi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan disertai dengan tingkat piutang tak tertagih yang terkendali.

1.5.2. Paradigma Penelitian



Gambar 1.
Paradigma Penelitian

1.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis digunakan untuk memberi anggapan sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran, penulis memberikan hipotesa sebagai berikut:

1. Sistem pengendalian intern penjualan yang diterapkan oleh PT. Cipta Mas Buana sudah memadai.
2. Penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana berjalan lancar.
3. Sistem pengendalian intern penjualan mempunyai peranan yang signifikan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Pengendalian Intern

2.1.1. Pengertian Sistem Pengendalian Intern

Sistem pengendalian intern merupakan perpaduan kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur yang dirancang oleh manajemen untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha. Pengendalian intern (*Internal Control*) merupakan salah satu hal yang penting dan patut mendapat perhatian dari setiap perusahaan. Pengendalian intern dibutuhkan untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan dan dalam batas tertentu mampu memberikan jaminan untuk pengamanan aktiva dan keandalan informasi keuangan yang dilaporkan.

Konsep pengendalian intern yang dapat juga disebut sebagai Sistem Pengendalian Intern, mengacu pada SPAP (Standar Profesional Akuntan Publik) sebagai berikut :

Pengendalian Intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personal lain, entitas yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut: (a) keandalan pelaporan keuangan, (b) efektivitas dan efisiensi operasi, dan (c) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku (IAI, 2001, 319.2).

Sedangkan menurut Alvin A. Arens dan James K. Loebbecke,

Sistem pengendalian intern didefinisikan sebagai berikut:

A system of internal control consists of policies and procedures management with reasonable assurance that the company achieves its objectives and goal. These policies and procedures are often called controls, and collectively they comprise the entity's internal control.

(Arens and Loebbecke, 2000, 288)

Pengertian sistem pengendalian intern menurut Bambang

Hartadi yaitu :

Sistem pengendalian intern merupakan suatu proses yang dipengaruhi oleh aturan direksi, manajemen, personalia lainnya yang disusun untuk memberi jaminan yang berhubungan dengan pencapaian tujuan, yaitu: dapat dipercayainya laporan keuangan, kesesuaian dengan undang-undang yang ditetapkan dan aturan, efektivitas dan efisiensi operasi / kegiatan (Bambang, 1999, 81).

Dari pengertian tersebut mengandung konsep dasar sebagai berikut:

1. Sistem pengendalian intern adalah suatu proses, artinya sebagai alat untuk mencapai tujuan yang terdiri dari berbagai aktivitas atau tindakan yang saling berhubungan dalam infrastruktur perusahaan.
2. Sistem pengendalian intern melibatkan manusia. Pengendalian intern ini tidak hanya menyangkut pedoman kebijakan dan formulir, melainkan melibatkan orang-orang di semua level perusahaan termasuk dewan direksi, manajemen dan pegawai lainnya.

3. Sistem pengendalian intern diharapkan dapat memberikan jaminan yang memadai, bukan jaminan mutlak karena adanya keterbatasan yang melekat pada pengendalian intern dan perlunya perhitungan *cost* dan benefitnya atas pengendalian tersebut.
4. Pengendalian menjadi penggerak pencapaian tujuan dalam laporan keuangan, kepatuhan dan operasi.

Dari definisi-definisi tersebut terdapat persamaan pengertian mengenai sistem pengendalian intern, yaitu sama-sama menerangkan bahwa sistem pengendalian intern merupakan suatu metode yang berguna bagi perusahaan dalam hal mengkoordinasikan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

2.1.2. Tujuan Sistem Pengendalian Intern

Sistem pengendalian intern pada dasarnya untuk memberikan keyakinan memadai kepada manajemen bahwa tujuan dari suatu usaha dapat tercapai, yaitu memberikan keyakinan kepada pemakai laporan keuangan atas keandalan laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan.

Menurut Alvin A. Arens dan James K. Loebbecke (1999, 258), menjelaskan tentang tujuan umum dalam sistem pengendalian intern yang efektif adalah sebagai berikut :

1. Keandalan pelaporan keuangan.
2. Mendorong efisiensi dan efektivitas operasional.
3. Ketaatan kepada hukum dan peraturan.

Adapun ketiga tujuan umum struktur pengendalian intern tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keandalan pelaporan keuangan

Dalam keandalan pelaporan keuangan ini dimaksudkan bahwa manajemen bertanggungjawab dalam menyiapkan laporan keuangan bagi investor, kreditor dan pengguna lainnya. Manajemen mempunyai kewajiban hukum dan professional untuk menjamin bahwa informasi telah disiapkan sesuai dengan standar pelaporan, misalnya prinsip akuntansi yang berlaku umum.

2. Mendorong efisiensi dan efektivitas operasional

Pengendalian dalam sebuah organisasi adalah untuk mencegah kegiatan dan pemborosan yang tidak perlu dalam segala aspek usaha dan untuk mengurangi penggunaan sumber daya yang tidak efisien dan efektif. Bagian penting lain dari efisiensi dan efektivitas adalah pengamanan aktiva dan catatan aktiva fisik perusahaan yang dapat dicuri, disalahgunakan atau dirusak bila tidak dilindungi oleh pengendalian yang memadai. Kondisi yang sama berlaku untuk aktiva non fisik seperti piutang usaha, dokumen penting, dan catatan-catatan (buku besar dan jurnal).

3. Ketaatan pada hukum dan peraturan

Banyak hukum dan peraturan yang harus ditaati oleh suatu perusahaan, beberapa diantaranya berkaitan tidak langsung dengan akuntansi, misalnya: UU Lingkungan Hidup dan UU

Perburuhan. Peraturan lain yang sangat berkaitan erat dengan akuntansi contohnya: UU Perpajakan dan UU Perseroan Terbatas.

Dengan memperhatikan keandalan dalam pembuatan laporan keuangan, efisiensi dan efektivitas terhadap pelaksanaan operasi perusahaan dan kepatuhan terhadap peraturan, maka akan tercapai pengendalian intern yang efektif.

Amin Wijaya Tunggal (1996, 2) menjelaskan beberapa tujuan sistem pengendalian intern yang efektif yaitu untuk menjamin ketelitian dan kebenaran data akuntansi, mengamankan harta kekayaan dan catatan pembukuannya, menerapkan efisiensi usaha, dan mendorong ditaatinya kebijakan pimpinan yang telah digariskan.

Menurut tujuannya sistem pengendalian intern dibagi menjadi 2 macam yaitu:

1. Pengendalian intern akuntansi, yang terdiri dari struktur organisasi dan prosedur-prosedur serta catatan-catatan yang berkaitan dengan pengamanan aktiva dan dapat dipercayanya catatan financial, konsekuensinya, organisasi, prosedur, dan catatan yang disusun untuk menemukan jaminan yang cukup.
2. Pengendalian intern administratif, meliputi struktur organisasi dan prosedur-prosedur serta catatan-catatan yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pengesahan (otorisasi) transaksi-transaksi oleh manajemen (Sofyan, 2001, 126).

Jadi kesimpulannya, pengendalian akuntansi berfungsi untuk menjaga keamanan harta milik perusahaan, pengendalian ini disebut *preventive control* yaitu pengendalian yang bertujuan untuk

mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Dan pengendalian administratif berfungsi untuk mendorong efisiensi, yaitu dengan mendorong dipatuhinya keputusan untuk manajemen. Pengendalian ini disebut *feedback control*.

2.1.3. Unsur-unsur Sistem Pengendalian Intern

Sistem pengendalian intern yang dilaksanakan dengan baik akan berhasil mencapai tujuan perusahaan secara maksimal. Pada dasarnya perusahaan menghendaki suatu sistem pengendalian intern yang sempurna dimana mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Tetapi dalam prakteknya sesungguhnya sistem pengendalian intern yang sempurna sulit untuk dicapai.

Oleh karena itu dalam merancang suatu pengendalian intern yang memadai maupun untuk mendapatkan dan menunjang terlaksananya sistem pengendalian intern yang baik, maka perlu diperhatikan unsur-unsur dari pengendalian intern yang dapat menjamin tujuan pengendalian jika unsur-unsur tersebut dilaksanakan.

Adapun unsur-unsur yang menunjang terlaksananya sistem pengendalian intern penjualan yang efektif menurut Krismiaji (2002, 225) :

1. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas.
2. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan, dan biaya.

3. Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap organisasi.
4. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

Suatu sistem pengendalian intern yang memadai juga harus didukung oleh unsur-unsur pengendalian intern yang memadai. Untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut, terdapat beberapa unsur yang merupakan ciri-ciri pokok dari suatu sistem pengendalian intern, yaitu :

1. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas.
Struktur organisasi merupakan pembagian tanggung jawab fungsional kepada unit-unit organisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan pokok perusahaan.

2. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan dan biaya.

Dalam organisasi, setiap transaksi hanya terjadi atas dasar otorisasi dari pejabat yang memiliki wewenang untuk menyetujui terjadinya transaksi tersebut. Oleh karena itu dalam organisasi harus dibuat sistem yang mengatur pembagian wewenang, untuk otorisasi atas terlaksananya setiap transaksi.

3. Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi.

Pembagian tanggung jawab fungsional dan sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang telah ditetapkan tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak diciptakan cara-cara untuk menjamin praktik yang sehat dalam pelaksanaannya.

4. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

Di antara empat unsur pokok pengendalian intern tersebut, unsur mutu karyawan merupakan unsur sistem pengendalian intern yang paling penting. Jika perusahaan memiliki karyawan yang kompeten dan jujur, unsur pengendalian yang lain dapat dikurangi sampai batas minimum, dan perusahaan tetap mampu menghasilkan pertanggungjawaban keuangan yang dapat diandalkan (Mulyadi, 1997, 166).

Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa unsur-unsur yang menunjang terlaksananya pengendalian intern penjualan yang efektif antara lain struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, praktik yang sehat dan karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

2.1.4. Unsur-unsur Pengendalian Intern Penjualan

Unsur-unsur pengendalian intern penjualan pada dasarnya mencakup elemen-elemen pengendalian intern yang telah dibahas di atas. Unsur-unsur pengendalian intern penjualan kredit dapat dirinci sebagai berikut:

1. Organisasi
 - (a) Fungsi penjualan harus terpisah dari fungsi kredit.
 - (b) Fungsi akuntansi harus terpisah dari fungsi penjualan dan fungsi kredit.
 - (c) Fungsi akuntansi harus terpisah dari fungsi kas.
 - (d) Transaksi penjualan kredit harus dilaksanakan oleh fungsi penjualan, fungsi kredit, fungsi pengiriman, fungsi penagihan dan fungsi akuntansi.
2. Sistem otorisasi dan prosedur pencatatan
 - (a) Penerimaan order dari pembeli diotorisasi oleh fungsi penjualan dengan menggunakan formulir surat order pengiriman.

- (b) Persetujuan pemberian kredit diberikan oleh fungsi kredit dengan membubuhkan tanda tangan pada *credit copy* (yang merupakan tembusan surat order pengiriman).
- (c) Pengiriman barang kepada pelanggan diotorisasi oleh fungsi pengiriman dengan cara menandatangani dan membubuhkan cap "sudah dikirim" pada copy surat order pengiriman.
- (d) Penetapan harga jual, syarat penjualan, syarat pengangkutan barang dan potongan penjualan berada di tangan Direktur Pemasaran dengan menerbitkan surat keputusan mengenai hal tersebut.
- (e) Terjadinya piutang diotorisasi oleh fungsi penagihan dengan membubuhkan tanda tangan pada faktur penjualan.
- (f) Pencatatan ke dalam kartu piutang dan ke dalam jurnal penjualan, jurnal penerimaan kas dan jurnal umum diotorisasi oleh fungsi akuntansi dengan cara memberikan faktur penjualan, bukti kas masuk, dan memo kredit.
- (g) Pencatatan terjadinya piutang didasarkan pada faktur penjualan yang didukung dengan surat order pengiriman dan surat muat.

3. Praktek yang sehat

- (a) Surat order pengiriman bernomor urut tercetak dan pemakainya dipertanggungjawabkan oleh fungsi penjualan.

- (b) Faktur penjualan bernomor urut tercetak dan pemakaiannya dipertanggungjawabkan oleh fungsi penagihan.
 - (c) Secara periodik fungsi akuntansi mengirimkan pernyataan piutang kepada setiap debitur untuk menguji ketelitian catatan piutang yang diselenggarakan fungsi tersebut.
 - (d) Secara periodik diadakan rekonsiliasi kartu piutang dengan rekening kontrol piutang dalam buku besar.
4. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab

Bagaimanapun baiknya struktur organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan serta berbagai cara untuk mendorong praktik yang sehat, semuanya sangat tergantung pada manusia yang melaksanakannya. Karyawan yang kompeten dan dapat dipercaya tidak cukup menjadi satu-satunya unsur sistem pengendalian intern penjualan untuk menjamin tercapainya tujuan sistem pengendalian intern.

Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa unsur-unsur yang menunjang terlaksananya pengendalian intern penjualan yang efektif antara lain struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, praktik yang sehat dan karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

2.2. Pengendalian Intern Penjualan

2.2.1. Pengertian Pengendalian Intern Penjualan

Penjualan merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dapat memberikan pendapatan bagi perusahaan dalam jumlah besar. Dimana transaksi penjualan dapat dilakukan baik secara tunai maupun kredit, tergantung pada kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli. Dalam struktur pengendalian suatu organisasi terdiri dari kebijakan dan prosedur yang diciptakan untuk memberikan jaminan yang memadai.

Pengertian pengendalian penjualan menurut Alvin A. Arrens dan James K. Loebbecke (1999, 364) yang dialih bahasakan oleh Amir A. Jusuf adalah "Pengendalian intern atas penjualan dirancang untuk memenuhi tujuan dari pengendalian intern atas berbagai jenis transaksi di sistem perusahaan".

Definisi pengendalian penjualan menurut Wilson D. James and John B. Compbell terjemahan Tjintjin Fenix Tjendra menguraikan sebagai berikut :

Pengendalian Penjualan meliputi analisa dan penelaahan, dan penelitian yang diharuskan terhadap kebijaksanaan, prosedur, metode dan pelaksanaan yang sesungguhnya untuk mencapai volume penjualan yang dikehendaki, dengan biaya yang wajar, yang menghasilkan laba kotor yang diperlukan untuk mencapai hasil pengembalian yang diharapkan atas investasi (Wilson and John, 1996, 199).

Menurut Alvin A. Arens and James K. Loebbecke yang dialih bahasakan oleh Amir A. Jusuf menjelaskan tentang pengendalian intern yang harus diterapkan pada transaksi penjualan adalah sebagai berikut :

Pengendalian intern penjualan:

1. Pencatatan penjualan didukung oleh dokumen pengiriman yang diotorisasi dan order pelanggan yang disetujui.
2. Faktur penjualan prenumbered dan dipertanggungjawabkan dengan semestinya.
3. Dokumen pengiriman prenumbered dan dipertanggungjawabkan. Faktur penjualan *prenumbered* dipertanggungjawabkan.
4. Penentuan harga, syarat penjualan, dan potongan harga mendapatkan persetujuan yang semestinya.
5. Penggunaan bagan akun yang memadai.
6. Prosedur yang diperlukan untuk penagihan dan pencatatan penjualan setiap hari sedekat mungkin dari saat kejadian.
7. Rekening bulanan reguler ke pelanggan. Verifikasi intern atas isi berkas induk piutang usaha untuk total neraca serta dengan saldo buku besar (Arens and Loebbecke, 1999, 363).

2.2.2. Tujuan Pengendalian Intern Penjualan

Menurut Arrens & Loebbecke (1999, 365), pengendalian intern penjualan memiliki tujuan sebagai berikut:

1. *Recorded sales are for shipments actually made to nonfiction customers (existence)*
2. *Existing sales transaction are recorded (completences)*
3. *Recorded sales are for the amount of goods shipped and are correctly billed and recorded*
4. *Sales transaction are properly classified*
5. *Sales are recorded on the correct dates*
Sales transactions are properly included in the accounts receivable master file and correctly summarize.

Tujuan pengendalian intern transaksi penjualan :

1. Transaksi yang dicatat adalah absah (keabsahan)

Penjualan tercatat adalah untuk pengiriman aktual yang dilakukan kepada pelanggan non fiktif.

2. Transaksi yang ada telah dicatat (kelengkapan)

3. Transaksi dinilai dengan pantas (akurasi)

Penjualan barang yang dicatat adalah untuk sejumlah barang yang dikirim, ditagih dan dicatat dengan benar.

4. Transaksi penjualan diklasifikasikan dengan pantas (klasifikasi)

5. Transaksi dicatat pada waktu yang sesuai (tepat waktu)

Penjualan dicatat pada waktu yang sesuai atau tepat.

6. Transaksi penjualan dimasukkan dengan pantas ke berkas induk

dan diikhtisarkan dengan benar (*posting* dan pengikhtisaran).

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan tujuan pengendalian intern penjualan adalah adanya jaminan yang memadai disertai bukti atau dokumen yang sesuai dan praktik yang sehat dalam pelaksanaan fungsi bagian-bagian setiap organisasi yang terkait dalam transaksi penjualan dan dapat memberikan keyakinan tentang keandalan pelaporan keuangan, efektifitas dan efisiensi operasional dan kepatuhan terhadap peraturan atau kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

2.2.3. Catatan Akuntansi Yang Digunakan Dalam Sistem Penjualan Kredit

Menurut George H. Bodnar dan William S. Hopwood yang dialih bahasakan Rudy M. Tambunan menyatakan tentang Sistem Akuntansi sebagai berikut :

Sistem Akuntansi suatu organisasi terdiri dari metode dan catatan-catatan yang dibuat untuk mengidentifikasi, menyimpulkan, menganalisis, mencatat, dan melaporkan transaksi-transaksi organisasi dan menyelenggarakan pertanggungjawaban bagi aktiva dan kewajiban yang berkaitan (Bodnar and Hopwood, 2000, 182).

Dalam penjualan, sistem-sistem informasi dirancang untuk menghasilkan laporan keuangan dan juga menghasilkan pengendalian manajemen dan informasi operasional.

Salah satu siklus transaksi adalah siklus pendapatan dimana ada dua transaksi penjualan dan transaksi penerimaan kas. Dalam transaksi penjualan, pesanan barang, jasa dari pelanggan menghasilkan faktor penjualan. Jika penjualan dilakukan secara kredit, nilai penjualan dimasukkan ke dalam pos piutang sampai pembayaran diterima.

Menurut Joseph W. Wilkinson yang dialih bahasakan oleh Agus Maulana (1993, 85), menjelaskan tentang sistem akuntansi transaksi penjualan dalam siklus akunting sebagai berikut :

1. Dimulai dengan dokumen sumber yaitu faktor penjualan karena dokumen menggambarkan nilai (jumlah) penjualan.
2. Dokumen sumber diklasifikasikan dan dikodekan untuk melihat rekening mana yang terkena pengaruh transaksi penjualan.

3. Data transaksi diikhtisarkan dalam jurnal kemudian dimasukkan ke *ledger* dan ke perkiraan pelanggan pada buku pembantu.
4. Secara berkala, saldo perkiraan pengendali untuk piutang dibandingkan dengan total saldo pada buku besar pembantu.
5. Pada akhir setiap periode akunting saldo perkiraan piutang dan penjualan dimasukkan ke dalam neraca saldo.
6. Dan dipindahkan ke neraca dan ikhtisar rugi laba.

2.3. Piutang Usaha

2.3.1. Pengertian Piutang Usaha

Lukman Syamsuddin (2000, 255), memberikan definisi piutang usaha sebagai berikut : “Piutang usaha adalah hak penagihan yang timbul karena adanya transaksi penjualan secara kredit oleh perusahaan kepada para pelanggan”.

Indra Bastian dan Gatot Soeprianto (2002, 63) menjelaskan pengertian piutang sebagai berikut :

Piutang adalah klaim entitas pemerintah daerah atas uang, barang-barang, atau jasa terhadap pihak-pihak lain. Selain dari penjualan barang-barang atau jasa, piutang dapat juga timbul dari kegiatan lain seperti memberi pinjaman kepada karyawan, memberi uang muka pada entitas pemerintah yang lebih rendah atau penjualan aktiva tetap yang sudah tidak digunakan dalam entitas pemerintah, dan pengakuan akuntansi karena dasar waktu.

Definisi piutang usaha menurut Sukrisno Agus (1999, 86) adalah sebagai berikut : “Piutang usaha adalah piutang yang berasal dari penjualan barang dagangan atau jasa secara kredit”.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa piutang usaha adalah hak perusahaan yang timbul dari transaksi penjualan kredit masa lalu dan masa sekarang dan biasanya diterima dalam bentuk kas. Piutang usaha merupakan bagian paling sering muncul dalam neraca karena piutang usaha merupakan anggaran pemasukkan kas.

Piutang merupakan salah satu aktiva lancar yang memegang peranan penting dalam mengoperasikan kegiatan suatu perusahaan. Apabila piutang sebagai sumber kas tersebut tidak dapat dikelola dengan baik khususnya masalah penagihannya, maka akan berdampak buruk terhadap kelancaran jalannya perusahaan. Piutang juga dapat sebagai modal untuk mengembangkan suatu perusahaan. Pengakuan terhadap piutang usaha pada umumnya dilakukan pada saat barang-barang telah dijual atau telah terjadi perpindahan hak secara hukum atas barang tertentu dari pihak penjual kepada pembeli. Begitu pula dengan jasa yaitu pada saat jasa telah benar-benar selesai dilaksanakan.

Piutang menggambarkan penjualan pada pelanggan dimana perusahaan belum menerima pembayaran kas. Jadi piutang merupakan elemen modal kerja yang selalu berputar secara terus-menerus dalam suatu rantai perputaran modal kerja, yang perputarannya kurang dari satu tahun, yang dapat digambarkan sebagai berikut :

Kas ----- Persediaan ----- Piutang ----- Kas

Dimana dengan adanya piutang berarti terikatnya sejumlah modal sampai piutang tersebut bisa dicairkan kembali menjadi kas. Piutang sebagai elemen dari modal kerja selalu dalam keadaan berputar. Periode perputaran atau periode terikatnya modal dalam piutang tergantung pada syarat pembayarannya. Semakin lunak atau makin lama syarat pembayarannya, berarti makin lama modal terikat pada piutang, yang berarti bahwa tingkat perputarannya selama periode tertentu semakin rendah.

Pengertian kredit menurut Teguh (1996, 12) adalah sebagai berikut : “Kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan pembayaran ditangguhkan pada suatu jangka waktu yang telah disepakati”.

Tujuan dari pemberian kredit yang mengakibatkan timbulnya piutang dagang, yaitu :

1. Meningkatkan volume penjualan.
Perusahaan menerapkan kebijakan penjualan kredit dengan maksud menjual lebih banyak produk dibandingkan bila perusahaan yang menuntut pembayaran tunai. Biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan berupa keterikatan dana dalam piutang dagang dan resiko tidak tertagihnya piutang dagang.
2. Meningkatkan keuntungan.
Investasi dalam piutang dagang diharapkan meningkatkan penjualan yang lebih tinggi sehingga memberikan keuntungan yang lebih besar kepada perusahaan.
3. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.
Bilamana perusahaan sejenis lainnya menerapkan kebijakan penjualan kredit, perusahaan harus menempuh kebijakan yang serupa supaya dapat bersaing.

4. Mempromosikan barang produksi baru.
Perusahaan menetapkan kebijakan penjualan kredit dalam memasarkan produk baru sebelum dikenal oleh pembeli (Handoyo, 1997, 118).

2.3.2. Pengertian Kebijakan Piutang Usaha

Menurut Lukman Syamsuddin definisi kebijakan piutang usaha adalah sebagai berikut :

Kebijakan Piutang Usaha adalah pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan (Lukman Syamsuddin, 2000, 256).

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kebijakan piutang usaha adalah suatu pedoman atau ukuran yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan pemberian kredit kepada pelanggan termasuk jumlah kredit dan syarat pembayarannya. Kebijakan piutang usaha sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit.

Dalam menentukan kebijakan piutang usaha, manajer puncak menentukan berbagai kebijakan :

1. Kebijakan piutang perusahaan hendaknya membantu melaksanakan strategi perusahaan. Hal ini berarti bahwa kebebasan dalam pemberian kredit kepada para pelanggan dan dalam pengumpulan piutang hendaknya konsisten dengan tekanan tujuan penjualan kredit yaitu menimbulkan daya tarik penjualan.

2. Batas-batas anggaran dana yang tertanam pada piutang hendaknya ditentukan. Batas ini akan timbul dari proses alokasi dana dan akan menggambarkan suatu keseimbangan alternatif penggunaan dana.
3. Rasio perputaran piutang dapat ditentukan untuk mengecek kewajaran piutang dan untuk mengurangi kerugian tidak tertagihnya piutang di waktu yang akan datang.

Manfaat Kebijakan Piutang Usaha

Manfaat dengan diterapkannya kebijakan piutang usaha, yaitu :

1. Jumlah piutang tak tertagih kecil.
2. Laba perusahaan meningkat, sebagai akibat peningkatan penjualan kredit.
3. Sebagai suatu strategi dalam memenangkan persaingan bisnis.

2.3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kebijakan Piutang Usaha

2.3.3.1. Standar Kredit

Penetapan standar pemberian kredit dan prosedur pengelolaan piutang yang efektif akan meningkatkan kelancaran pembayaran piutang sehingga kemungkinan kerugian akibat adanya piutang tak tertagih dapat ditekan seminimal mungkin.

Menurut Lukman Syamsuddin (2000, 256) definisi standar kredit adalah sebagai berikut : “Standar kredit

adalah kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit”.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa standar kredit adalah suatu gambaran mengenai keputusan-keputusan apa yang harus diambil oleh perusahaan sehubungan dengan kepada siapa dan berapa jumlah kredit yang akan diberikan.

Menurut Lawrence J. Gitman (2000, 657) dalam melakukan penilaian terhadap pelanggan untuk pemberian kredit ada 5 dimensi (analisis 5C) yaitu :

- 1) *Character* (Watak/ kepribadian)
Faktor utama didalam menganalisa kelayakkan kredit seorang pelanggan dengan cara menilai tingkat kesadaran moril dari pelanggan lewat sifat-sifat pribadi, cara hidup, status sosial, dan lain-lain. Hal ini penting karena berkaitan dengan kemauan untuk membayar (*willingness to pay*).
- 2) *Capacity* (Kemampuan)
Penilaian dengan meneliti kemampuan pimpinan perusahaan beserta staffnya dalam meraih penjualan ataupun pendapatan yang dapat diukur dari penjualan yang dicapai pada masa lalu dan juga keahlian yang dimiliki dalam bidang usahanya. Hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk membayar (*ability to pay*).
- 3) *Capital* (Modal)
Dengan mengukur posisi keuangan secara umum dengan memperhatikan modal yang dimiliki perusahaan dan juga perbandingan hutang dan modalnya.
- 4) *Collateral* (Jaminan)
Dengan mengukur besarnya aktiva yang akan diikrarkan sebagai jaminan atas kredit.
- 5) *Condition* (Kondisi)
Dengan memperhatikan keadaan perekonomian pada umumnya yang akan berpengaruh terhadap jalannya usaha perusahaan.

Adapun faktor-faktor utama yang harus dipertimbangkan apabila perusahaan bermaksud untuk mengubah standar kredit yang diterapkan, yaitu :

1. Biaya administrasi.
2. Investasi pada piutang.
3. Kerugian piutang.
4. Volume penjualan.

Ad 1. Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit yang diterapkan maka lebih banyak kredit yang diberikan dan tugas-tugas yang tidak dapat dipisahkan, dengan adanya penambahan penjualan kredit tersebut juga akan semakin bertambah besar. Sebaliknya apabila standar kredit diperketat maka jumlah penjualan kredit yang akan diberikan akan semakin kecil dan tugas-tugas itu pun akan semakin kecil. Dengan demikian dapat diperkirakan bahwa pelunakan standar kredit yang lebih ketat akan mengurangi biaya administrasi.

Ad 2. Penanaman modal dalam piutang menimbulkan biaya-biaya bagi perusahaan. Semakin besar piutang semakin besar pula biaya-biayanya (*carrying cost*), demikian pula sebaliknya. Bilamana perusahaan memperlunak standar kredit maka rata-rata jumlah piutang akan memperkecil rata-rata piutang.

Pelunakan standar kredit akan memperbesar *carrying cost*, dan apabila sebaliknya biaya-biaya tersebut akan semakin kecil. Perubahan rata-rata piutang yang dikaitkan dengan "perubahan standar kredit" disebabkan oleh 2 faktor :

1. Perubahan volume penjualan.
2. Perubahan dalam kebijakan pengumpulan piutang.

Ad 3. Probabilitas atau resiko dari perolehan kerugian piutang akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standar kredit, dan akan menurun bilamana standar kredit diperketat. Peningkatan kerugian piutang berkaitan dengan pelanggaran standar kredit yang akan meningkatkan biaya piutang ragu-ragu sehingga berdampak negatif terhadap laba perusahaan.

Ad 4. Perubahan standar kredit diharapkan akan dapat mengubah volume penjualan. Bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan, sedangkan apabila sebaliknya yang terjadi dimana perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun. Pengaruh dari perubahan-perubahan dalam

volume penjualan atas keuntungan perusahaan tergantung pada pengaruhnya atas biaya-biaya dan penghasilan yang diperoleh (*cost and revenue*).

2.3.3.2. Persyaratan Kredit

Pelunasan piutang dari pelanggan ditetapkan dalam syarat kredit yang diberikan oleh perusahaan. Pengertian syarat kredit menurut Lukman Syamsuddin adalah:

- ketentuan mengenai kondisi dari kredit yang berkaitan dengan pengaturan pembayaran misalnya: lamanya periode kredit yang diberikan.
- ketentuan mengenai pengaturan pembayaran kredit yang diberikan perusahaan kepada debiturnya, misalnya: jangka waktu atau periode kredit yang diberikan kepada debitur serta pemberian potongan tunai atau diskon (jika ada) (Syamsuddin, 2000, 358).

Syarat-syarat kredit meliputi 3 hal, yaitu:

a. Potongan tunai (*cash discount*).

Adalah suatu presentase pengurangan dari harga beli jika pembeli membayar dalam jangka waktu khusus yang lebih pendek dari jangka waktu yang ditetapkan.

Definisi potongan tunai menurut James D. Wilson

dan John B. Compbell yaitu:

Potongan tunai adalah diskon yang ditawarkan untuk pembayaran segera dan sering diambil oleh pelanggan setelah masa diskon yang diperkenankan. Contoh, 2/10, net 30 hari berarti bahwa pelanggan akan mendapatkan potongan tunai sebesar 2%

apabila membayar kurang atau sama dengan terhitung jangka waktu 10 hari sejak terjadinya transaksi penjualan itu, jika pembayaran kembali maksimal 30 hari (Willson dan Compbell,1998,68).

Potongan tunai diberikan agar mempercepat pengumpulan piutang. Aspek negatif potongan tunai adalah menurunkan laba per unit dari produk yang dijual bilamana semakin banyak pembeli yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut berarti menurunnya dari produk yang dijual.

b. Jangka waktu potongan tunai (periode *cash discount*).

Adalah jumlah hari yang dihitung mulai dari jangka waktu kredit dimana potongan tunai masih berlaku.

Periode potongan tunai adalah jangka waktu yang diberikan kepada pelanggan. Apabila terjadi perubahan dalam periode diskon tunai misalnya dari 2/10-n/30 menjadi 2/20-n/30 sangat tergantung dari kondisi yang dihadapi oleh perusahaan.

Dampak buruk dari adanya perpanjangan periode potongan tunai adalah pembeli yang sebelumnya sudah mengambil potongan tunai sekarang akan dapat membayar lebih lambat namun tetap memperoleh potongan tunai sehingga memperlambat rata-rata pengumpulan piutang.

c. Periode kredit.

Adalah batas waktu dimana pembayaran perusahaan atas piutang diterima.

Misalnya: syarat kredit perusahaan adalah 2/10, net 30 berarti potongan tunai sebesar 2% yang akan diberikan bila pembayaran dilakukan kurang atau sama dengan jangka waktu 10 hari. Dan pembayaran penuh atau pelunasan harus dilakukan pelanggan dalam waktu 30 hari.

2.3.3.3. Kebijakan Penagihan Piutang

Lukman Syamsuddin (2000, 272) mendefinisikan kebijakan penagihan piutang antara lain : “Kebijakan penagihan piutang adalah prosedur yang harus diikuti dalam mengumpulkan piutang-piutangnya bilamana sudah jatuh tempo”.

Dari definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa kebijakan penagihan piutang adalah suatu prosedur atau usaha untuk memperoleh pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualan dalam waktu yang wajar.

Kebijakan dalam penagihan piutang dapat dilakukan secara aktif maupun pasif. Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya dilakukan bilamana langganan atau

pembeli belum membayar sampai waktu yang ditentukan adalah sebagai berikut :

1. Melalui surat

Bilamana waktu pembayaran hutang dari pelanggan sudah lewat beberapa hari tetapi belum juga dilakukan pembayaran, maka perusahaan mengirim surat dengan nada "mengingatkan" langganan yang belum membayar tersebut bahwa hutangnya sudah jatuh tempo. Apabila hutang tersebut belum dibayar juga setelah beberapa hari surat dikirimkan maka dapat dikirimkan surat kedua yang nadanya lebih keras.

2. Melalui telepon

Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata hutang-hutang tersebut belum dibayar, maka bagian kredit dapat menghubungi lewat telepon pelanggan dan secara pribadi memintanya untuk segera melakukan pembayaran. Bila dari hasil pembicaraan tersebut ternyata misalnya langganan mempunyai alasan yang dapat diterima maka mungkin perusahaan dapat memberikan perpanjangan sampai jangka waktu tertentu.

3. Kunjungan personal

Teknik penagihan piutang dengan jalan melakukan kunjungan secara personal atau pribadi ke tempat langganan seringkali digunakan karena dirasakan sangat efektif dalam usaha-usaha penagihan.

4. Tindakan yuridis

Bilamana ternyata pelanggan tidak mau membayar hutangnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan-tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan (Lukman Syamsuddin, 2000, 274).

Efektifitas dari kebijakan penagihan hanya sebagian dapat dievaluasi dengan melihat tingkat piutang tak tertagih, karena tergantung tidaknya ^{tergantung} hanya pada kebijakan

penagihan, tetapi juga kebijakan dasar pemberian kredit. Jika diasumsikan bahwa tingkat piutang tak tertagih yang disebabkan oleh kebijakan kredit adalah relatif konstan, maka peningkatan biaya penagihan atas piutang tak tertagih dapat mengurangi piutang tak tertagih.

2.4. Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Penerimaan / Penagihan Piutang

Perusahaan banyak melakukan transaksi penjualan berdasarkan order dari perjanjian kontrak kerjasama kedua belah pihak. Penjualan merupakan sumber pendapatan dari kegiatan usahanya dan merupakan salah satu faktor bagi kelangsungan hidup perusahaan, sehingga aktivitas penjualan tersebut harus benar-benar diawasi dan dikendalikan dengan baik.

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah dengan penjualan kredit maka semakin besar jumlah piutang dan akan meningkatkan risiko piutang tak tertagih, kemacetan atas piutang maupun keterlambatan pembayarannya akan menghambat aliran kas perusahaan sehingga menimbulkan kerugian dan mempengaruhi kelangsungan beroperasinya perusahaan. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, maka setiap perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah yang tepat dalam menjalankan usahanya guna meningkatkan mutu dan efektifitas perusahaan.

Penerimaan kas dari hasil penjualan merupakan faktor yang sensitif dari tindakan penyelewengan. Dalam meningkatkan kelancaran penerimaan / penagihan piutang keberadaannya perlu didukung sistem

pengendalian intern yang memadai terhadap transaksi penjualan. Sistem pengendalian intern yang dijalankan harus ditunjang oleh unsur-unsurnya yang saling berkaitan. Unsur-unsur pengendalian intern penjualan meliputi :

1. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab.

Pemisahan tugas ini merupakan pembagian tanggung jawab fungsional kepada unit-unit organisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan pokok perusahaan.

2. Prosedur dan pencatatan transaksi penjualan.

Setiap transaksi hanya terjadi atas dasar otorisasi dari pejabat yang memiliki wewenang untuk menyetujui terjadinya transaksi tersebut. Pelaksanaan otorisasi atau pengesahan dilakukan oleh pihak yang berwenang melakukan tugas dan fungsi yang berkaitan dengan transaksi penjualan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi bahwa penjualan yang dilakukan benar-benar ada dan terjadi dalam kaitannya dengan penerimaan hasil penjualan.

3. Praktik yang sehat.

Praktik yang sehat ditunjukkan dari pelaksanaan pekerjaan yang mengacu pada prosedur kerja sesuai tugas dan fungsi oleh bagian yang melaksanakan dan adanya kesesuaian bukti / dokumen yang terkait dengan transaksi penjualan.

4. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab.

Diantara empat unsur pokok pengendalian intern tersebut, unsur mutu karyawan merupakan unsur sistem pengendalian intern yang

paling penting. Pelaksanaan kegiatan perusahaan dilakukan oleh pegawai yang memiliki kualifikasi dibidangnya untuk mendukung kegiatan operasi perusahaan dan melakukan tindakan-tindakan perbaikan sehingga perusahaan dapat mempertahankan kesinambungan usahanya dan tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal.

Pelaksanaan unsur-unsur sistem pengendalian intern penjualan dapat memberikan kehandalan data atas setiap transaksi penjualan yang terjadi melalui ketaatan terhadap kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan sehingga kelancaran penerimaan piutang akan menunjang perputaran aliran kas perusahaan agar kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan lancar, aman dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan disertai dengan tingkat piutang tak tertagih yang terkendali.

3.2. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian berkenaan dengan cara bagaimana memperoleh data yang diperlukan dan merupakan metode yang berhubungan dengan prosedur, alat serta desain penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian. yaitu dengan menganalisis hubungan antara fenomena yang diselidiki, yaitu hubungan antara sistem pengendalian intern penjualan dengan kelancaran penerimaan / penagihan piutang, sehingga diperoleh informasi secara sistematis, faktual dan akurat.

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja yang menetapkan jenis informasi yang harus dikumpulkan, sumber data, dan prosedur pengumpulan data. Desain penelitian yang dijadikan dasar dalam melaksanakan penelitian oleh penulis antara lain mencakup :

a. Jenis, Metode dan Teknik Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Development, yaitu suatu metode penelitian yang mendiskripsikan atau menggambarkan keadaan obyek penelitian yang sebenarnya dengan tujuan untuk mengetahui adanya hubungan mengenai peranan sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Survei, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari keterangan secara faktual mengenai permasalahan yang akan dibahas, yaitu mengenai peranan sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan/ penagihan piutang.

3. Teknik penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Kualitatif yaitu suatu metode yang bertujuan menggambarkan keadaan objek penelitian yang sebenarnya dengan mengumpulkan data yang relevan, yang tersedia, kemudian disusun, dipelajari dan dianalisis lebih lanjut mengenai sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

b. Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah organisasi pada PT. Cipta Mas Buana khususnya bagian-bagian yang terkait dengan transaksi penjualan, seperti bagian penjualan, bagian administrasi penjualan, bagian akuntansi, bagian pembukuan piutang, bagian penagihan piutang.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.
Operasionalisasi Variabel
Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan
Terhadap Kelancaran Pembayaran Piutang
Pada PT. Cipta Mas Buana.

Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Skala/ Ukuran
Sistem Pengendalian Intern Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur organisasi dalam transaksi penjualan • Prosedur dan pencatatan dalam transaksi penjualan • Praktik yang sehat dalam transaksi penjualan • Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordinal • Ordinal • Ordinal • Ordinal
Kelancaran Pembayaran Piutang	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan Kredit • Penagihan Piutang • Pertanggungjawaban Pelaporan Piutang 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordinal • Ordinal • Ordinal

3.2.3. Metode Penarikan Sampel

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan teknik penelitian analisis kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mencari informasi dan menganalisa suatu masalah yang telah dirumuskan berdasarkan fakta dan teori yang relevan sehingga dapat menjawab masalah yang ada dalam masalah penelitian.

Penelitian dilakukan pada PT. Cipta Mas Buana dengan cara melakukan analisis terhadap sistem pengendalian intern penjualan dengan kelancaran penerimaan / penagihan piutang.

3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh data yang berasal dari:

a. Data Primer

Yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data/ penulis. Data tersebut berasal dari perusahaan yang berkaitan dengan informasi mengenai masalah yang terdapat di perusahaan berkaitan dengan judul penelitian dalam skripsi ini. Penelitian dilakukan pada PT. Cipta Mas Buana dengan cara melakukan analisis yang telah dirumuskan berdasarkan fakta dan teori yang relevan sehingga dapat menjawab masalah yang ada dalam masalah penelitian.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh berasal dari sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan (*Library Study*)

Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara mempelajari , meneliti, mengkaji serta menelaah literatur-literatur yang ada

yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yaitu literatur-literatur yang berkaitan dengan sistem pengendalian intern penjualan dan pengelolaan kredit penjualan untuk kelancaran penerimaan / penagihan piutang.

2. Studi Lapangan (*Field Study*)

Studi lapangan dilakukan dalam upaya mencari sumber-sumber data yang mendukung penelitian, adapun data ini disebut dengan data sekunder (*secondary data*). Data sekunder ini diperoleh melalui :

- a) Wawancara (*interview*), merupakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada pihak yang berwenang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Data yang diperoleh ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya.
- b) Observasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang sebenarnya terjadi pada perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha dengan menjadi distributor.
- c) Kuisisioner, teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada pihak-pihak berwenang untuk mempermudah dalam pembahasan lebih lanjut.

3.2.5. Metode Analisis

Untuk memperoleh data yang diperlukan penulis menggunakan metode Analisis Deskriptif Komparatif, yaitu suatu metode yang bertujuan menggambarkan keadaan objek penelitian yang sebenarnya dengan mengumpulkan data yang relevan, yang tersedia, kemudian disusun, dipelajari dan dianalisis lebih lanjut untuk mencari jawaban secara mendasar untuk mengetahui adanya peranan sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Pendirian dan Perkembangan Perusahaan

Perseroan dengan nama PT. Cipta Mas Buana yang berkedudukan di Jakarta didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 93 tanggal 22 Mei 1996 yang dibuat di hadapan Notaris Benny Kristianto, SH., dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C2-6542, tanggal 11 Juli 1997 serta telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan sesuai dengan UU No. 3 tahun 1982 di Kantor Pendaftaran Perusahaan Kodya Jakarta Pusat No. 1368/ BH. 09. 05/ IX/ 97, tanggal 30 September 1997.

Struktur modal PT. Cipta Mas Buana pada awal tahun berdirinya mengeluarkan 250 lembar saham senilai Rp. 125.000.000,- dan nilai nominal saham per lembarnya Rp. 500.000,- sesuai Akta Pendirian No.93 tanggal 22 Mei 1996 dan pengesahan Menteri Kehakiman RI dalam Surat Keputusan No. C2-6542.HT.11.07.Th.'97 dengan kepemilikan saham sebagai berikut :

- | | | |
|--------------------------|----------|------------------|
| • Heru Widya Harun | 78 Saham | Rp. 39.000.000,- |
| • Sunaryawan Suharto | 78 Saham | Rp. 39.000.000,- |
| • Cecilia Ingati Wirawan | 77 Saham | Rp. 38.500.000,- |
| • Ir. Alvani Bambang S. | 17 Saham | Rp. 8.500.000,- |

Sedangkan susunan pengurus inti yang mengelola perusahaan adalah sebagai berikut:

1) Dewan Komisaris

- a. Presiden Komisaris : Heru Widya Harun
- b. Komisaris : Sunaryawan Suharto

2) Dewan Direksi

- a. Presiden Direktur : Cecilia Ingati Wirawan
- b. Direktur : Ir. Alvani Bambang Socroso

PT. Cipta Mas Buana adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan menjadi distributor farmasi. Produk yang dijual oleh perusahaan berupa obat-obatan yang biasanya dikonsumsi orang apabila sakit. Perusahaan melakukan perdagangan lokal dan mendistribusikan obat-obat tersebut di daerah Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi dengan sasaran segmentasi penjualan : Apotik, Rumah Sakit, dan Toko yang menjual obat hingga akhirnya digunakan oleh konsumen akhir. Perusahaan membeli produk obat yang akan dijualnya berasal dari produsen dalam negeri. Pemasok lokal utama perusahaan yaitu produsen obat seperti Kalbe Farma, Bayer Indonesia, Darya Varia, Medifarma, Pradja Pharin, Combiphar, Roche, Konimex, Harsen, dan Mahakam Betafarma.

Dalam melakukan transaksi PT. Cipta Mas Buana menerapkan dua jenis transaksi dalam penjualan, yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit.

1. Penjualan Tunai

Penjualan tunai merupakan penjualan atas barang dan jasa yang pembayarannya dilakukan secara tunai. Penjualan tunai pembayarannya dilakukan pada saat transaksi terjadi atau pada saat itu juga.

Misalnya : Toko-toko obat, baik toko besar maupun toko eceran. Penjualan tunai ini dilakukan oleh para salesman yang hanya diberikan kepada konsumen yang membeli dalam batas yang kecil sehingga penjualan tunai ini jarang untuk dilakukan. Untuk pelanggan yang membeli secara tunai maka akan diberikan potongan tunai sebesar 6%.

2. Penjualan Kredit

Penjualan kredit merupakan penjualan atas barang dan jasa yang pembayarannya dilakukan secara kredit, sesuai dengan harga dan tanggal jatuh tempo yang telah disepakati bersama.

Misalnya : Rumah sakit, Apotik, dan Bidan-bidan.

Penjualan kredit ini juga dilakukan oleh para salesman dengan pembayaran melalui sistem periodik melalui rekening atau tunai melalui bagian penagihan (*collector*).

Tujuan dari pemberian kredit tersebut adalah untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan yang berkaitan dengan peningkatan laba dan mengimbangi kebijakan kredit yang diterapkan pada perusahaan pesaing yang sejenis. Penjualan kredit yang dilakukan perusahaan akan menimbulkan piutang baik piutang

tertagih maupun piutang tak tertagih. Penagihan piutang yang mengakibatkan piutang tak tertagih akan membuat perusahaan berupaya melakukan teknik penagihan secara aktif sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas penagihan piutang. Hal ini bertujuan agar piutang ditagih tepat waktu, dan dapat mengurangi resiko piutang tak tertagih dan mempercepat periode penagihan piutang, sehingga akan mempercepat arus kas masuk ke dalam kas perusahaan sehingga pendapatan perusahaan akan meningkat. Peningkatan volume penjualan akan meningkatkan pendapatan dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan.

4.1.2. Struktur Organisasi, Tugas, dan Wewenang

Struktur organisasi PT. Cipta Mas Buana beserta tugas dan wewenang dari masing-masing fungsi adalah sebagai berikut :

1) Dewan Komisaris

Merupakan para pemegang saham dalam perusahaan. Dimana para dewan komisaris ini mempunyai tanggung jawab untuk mengawasi perilaku kewenangan dan tanggung jawab direktur serta memberikan strategi jangka panjang. Selain itu juga mengawasi seluruh kegiatan perusahaan dan bertanggung jawab sepenuhnya atas semua risiko yang terjadi.

- a. Dewan Komisaris ditugaskan untuk mengawasi pengurusan Perseroan oleh Direksi.

- b. 2 (dua) orang anggota Dewan Komisaris secara bersama-sama bertindak untuk dan atas nama Dewan Komisaris.
- c. Para anggota Dewan Komisaris, masing-masing atau bersama-sama berhak memasuki gedung-gedung, kantor-kantor dan halaman-halaman yang dipergunakan oleh Perseroan selama jam kantor biasa dan berhak untuk memeriksa buku-huku dan dokumen-dokumen serta kekayaan Perseroan.
- d. Direksi harus memberikan semua keterangan yang berkenaan dengan Perseroan sebagaimana diperlukan oleh Dewan Komisaris.
- e. Pada setiap waktu Dewan Komisaris berdasarkan suatu keputusan Rapat Dewan Komisaris dapat memberhentikan untuk sementara waktu anggota Direksi dari jabatannya (jabatan mereka), apabila ia (mereka) melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan anggaran dasar Perseroan atau merugikan maksud dan tujuan Perseroan atau ia (mereka) melalaikan kewajibannya (kewajiban mereka).
- f. Dalam waktu 2 (dua) bulan setelah pemberhentian sementara dari anggota Direksi itu, Dewan Komisaris harus menyelenggarakan Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham, yang harus diketuai oleh Komisaris Utama atau salah satu seorang Komisaris dan panggilan harus dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati dalam Akta. Rapat demikian ini hanya berhak dan berwenang untuk

memutuskan apakah (para) anggota Direksi yang diberhentikan untuk sementara itu, diberhentikan untuk seterusnya atau dikembalikan pada jabatannya semula, demikian setelah memanggil (para) anggota Direksi yang diberhentikan untuk sementara itu dan setelah memberikan kepadanya (kepada mereka) cukup kesempatan untuk membela diri terhadap tuduhan-tuduhan atas dirinya (diri mereka).

- g. Apabila Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham tersebut di atas tidak diselenggarakan dalam waktu 2 (dua) bulan, maka pemberhentian sementara itu dengan sendirinya berakhir dengan demikian (para) anggota Direksi tersebut tetap memegang jabatannya.
- h. Apabila semua anggota Direksi diberhentikan untuk sementara atau apabila karena sebab apapun juga tidak ada anggota Direksi sama sekali, Dewan Komisaris akan mengurus Perseroan untuk sementara waktu. Dalam kejadian demikian, Dewan Komisaris berhak untuk memberikan wewenang kepada seorang atau lebih anggota Dewan Komisaris untuk mengurus Perseroan.

2) Direktur

Direktur bertanggung jawab kepada rapat umum pemegang saham (RUPS), mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memimpin, mengkoordinasi dan mengawasi segala kegiatan dari masing-masing bagian dibawahnya agar berjalan sesuai dengan rencana atau tujuan semula.
- b. Membuat perencanaan jangka panjang bagi kelangsungan hidup perusahaan.
- c. Mengambil keputusan dan kebijakan dalam kegiatan organisasi perusahaan.
- d. Mengambil keputusan dan kebijakan dalam kegiatan organisasi perusahaan.
- e. Memberi pertanggungjawaban atas apa yang dilakukannya serta mengenai perusahaan kepada dewan komisaris.

3) Satuan Pengawas Intern

Satuan pengawas intern bertanggung jawab secara langsung kepada Direktur utama dengan fungsi utamanya adalah membantu melaksanakan fungsi pengendalian top manajemen dengan melakukan pemeriksaan keuangan maupun pemeriksaan operasional di lingkungan perusahaan. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Mengadakan penilaian atas sistem pengendalian manajemen dan pelaksanaannya dalam perusahaan.
- b. Memastikan ketaatan pada kebijakan, rencana dan prosedur yang ditetapkan oleh manajemen.

- c. Memastikan seberapa jauh harta perusahaan dipertanggungjawabkan dan dilindungi dari kemungkinan terjadinya segala bentuk penyelewengan.
- d. Membuat laporan atas pengawasan atau pemeriksaan baik secara tertulis maupun secara lisan.
- e. Menyarankan perbaikan-perbaikan operasional dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

4) Manajer Pembelian

Manajer pembelian mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memimpin pengelolaan pembelian menurut kebijaksanaan perusahaan.
- b. Memberikan laporan kepada *general manager* atau direktur mengenai hasil pembelian dan perkembangan pasar yang mungkin berpengaruh terhadap posisi pembelian.
- c. Bekerja sama dengan bagian penjualan untuk mendapatkan input mengenai jenis produk yang harus dibeli.
- d. Menjaga hubungan baik dengan para supplier.
- e. Bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

Dalam menjalankan tugasnya Manajer Pembelian dibantu oleh:

(1) Bagian Gudang

Yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Melaksanakan pencatatan segala pemasukan dan pengeluaran barang, serta ikut memeriksa barang yang diterima.
- b) Melaporkan kepada Manajer Pembelian apabila persediaan barang di gudang dirasa kurang atau tidak ada sama sekali.
- c) Bertanggung jawab atas keamanan persediaan barang di gudang.
- d) Bertanggung jawab kepada manajer pembelian.

(2) Bagian Pembelian

Mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Melakukan pemesanan barang sesuai dengan informasi dan pertimbangan-pertimbangan yang telah disimpulkan dengan Manajer Pembelian.
- b) Melaksanakan pembelian sesuai dengan skedul yang ditetapkan oleh Manajer Pembelian.
- c) Bertanggung jawab atas jumlah, harga, dan mutu apakah sesuai dengan pemesanan.
- d) Bertanggung jawab kepada Manajer Pembelian.

5) Manajer Pemasaran

Manajer pemasaran mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Mengembangkan dan mengusulkan kebijaksanaan, strategi, rencana, dan program dibidang pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

- b) Mengusahakan perluasan pasar, meneliti, dan memperbaiki saluran distribusi yang sudah ada agar penjualan produk perusahaan tetap dapat bersaing.
- c) Memeriksa laporan-laporan penjualan serta menilai hasil-hasil penjualan yang telah dicapai, apakah sudah mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan.
- d) Mengambil keputusan dalam hal penjualan dan pendistribusian serta memberikan laporan jalannya operasi perusahaan kepada Direktur.
- e) Bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

Dalam menjalankan tugasnya, Manajer Pemasaran dibantu oleh:

(1) Bagian Penjualan

Mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Membantu Manajer Pemasaran dalam mencari informasi pasar dan membantu para *sales* dalam melakukan penjualan.
- b) Memonitor dan memberi petunjuk kepada *sales* dalam memasarkan produk baru.
- c) Membuat laporan kepada Manajer Pemasaran mengenai target penjualan.
- d) Menegur dan menindak langsung *sales* yang melakukan pelanggaran dalam melakukan transaksi penjualan.
- e) Melakukan rapat kecil dengan *sales*.
- f) Bertanggung jawab kepada Manajer Pemasaran.

(2) Bagian Promosi

Mempunyai tugas merencanakan segala bentuk kegiatan promosi perusahaan dan juga memperkirakan biaya-biaya yang dibutuhkan, bagian promosi ini bertanggung jawab kepada Manajer Pemasaran.

6) Manajer Keuangan

Tugas dan tanggung jawab Manajer Keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan besarnya anggaran perusahaan.
- b. Menyusun dan menentukan usulan serta rencana jangka pendek dan jangka panjang dibidang keuangan.
- c. Bertanggung jawab dalam proses pengeluaran dan penerimaan uang.
- d. Melaksanakan pembayaran upah karyawan.
- e. Bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

Dalam melaksanakan tugasnya Manajer Keuangan dibantu oleh:

(1) Bagian Akuntansi

Yang bertugas membuat laporan keuangan secara tertulis mengenai penerimaan dan pengeluaran uang, dan bertanggung jawab atas kebenaran laporan yang dibuat kepada Manajer Keuangan.

(2) Bagian Kas

Yang bertugas menerima dan mengeluarkan uang kasa perusahaan dan bertanggung jawab kepada Manajer Keuangan.

7) Manajer HRD

Manajer HRD (*Human Resources Department*) mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Mencari tenaga kerja baru guna untuk memenuhi kebutuhan perusahaan di dalam ketenagakerjaan yang sesuai dengan keahlian masing-masing.
- b. Mengatur dan melaksanakan penempatan tenaga kerja sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki.
- c. Menyelenggarakan administrasi pegawai serta membuat kartu absen.
- d. Menciptakan atau memelihara hubungan kerja yang harmonis antar sesama karyawan maupun dengan atasan.
- e. Memelihara dan meningkatkan mutu, produktifitas serta kesejahteraan karyawan.
- f. Bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

Dalam menjalankan tugasnya, Manajer HRD dibantu oleh bagian perekrutan, bagian upah, dan bagian pengembangan.

4.2. Pembahasan dan Analisis

4.2.1. Sistem Pengendalian Intern Penjualan Pada PT. Cipta Mas Buana.

Sistem pengendalian intern penjualan pada PT. Cipta Mas Buana adalah sebagai berikut :

4.2.1.1. Struktur Organisasi yang Memisahkan Tanggungjawab

Unit-unit organisasi yang terkait dengan kegiatan penjualan yaitu :

1) Bagian Penjualan.

Dalam sistem penjualan kredit, fungsi ini bertanggungjawab menerima surat order dari pelanggan, mengedit order dari pelanggan untuk menambah informasi yang belum ada pada surat order tersebut (seperti spesifikasi barang dan rute pengiriman), meminta otorisasi kredit, menentukan tanggal pengiriman dan mengisi surat order pengiriman.

Fungsi penjualan terdiri dari:

(a) Bagian Penerimaan Pesanan/ Sales

- Bertugas melakukan pelayanan penjualan yaitu mencari calon pembeli dan menjual produk.
- Bertanggung jawab mencatat pesanan yang diterima dalam Bon Pesanan yang berisi : Nama dan Alamat

Pemesan, Jumlah, Jenis dan Harga Barang yang dipesan.

- Membuat *Delivery Order* (DO).

(b) Bagian Administrasi Penjualan

- Bertugas melakukan pencatatan transaksi secara tunai atau kredit dan membuat faktur penjualan.
- Membuat laporan hasil penjualan yang berisi jumlah barang yang terjual, nilai penjualan kotor, potongan harga dan nilai penjualan bersih.
- Mengerjakan buku tambahan piutang dan mencatat tanggal jatuh tempo setiap piutang.

(c) Bagian Penagihan.

- Bertanggung jawab mengirimkan faktur penagihan kepada pelanggan, serta menyediakan salinan faktur bagi kepentingan transaksi penjualan oleh bagian pembukuan piutang dan bagian akuntansi umum.
- Menyetorkan hasil tagihan kepada kasir dan menerima bukti terima setoran.

2) Bagian Kredit.

Bagian ini berada dibawah bagian keuangan yang bertanggungjawab untuk meneliti status kredit pelanggan dan memberikan otorisasi pemberian kredit kepada pelanggan. Bagian ini bertanggungjawab membuat bukti

memorial atas dasar surat keputusan Direktur Keuangan untuk penghapusan piutang yang sudah tidak dapat ditagih.

3) Bagian Gudang.

- Bagian ini bertanggungjawab untuk menyimpan barang dan menyiapkan barang yang dipesan oleh pelanggan.
- Membuat bukti penyerahan barang serta menyerahkan barang ke bagian pengiriman untuk diatur pengirimannya.

4) Bagian Pengiriman

- Bertanggungjawab untuk menyerahkan barang atas dasar surat order pengiriman yang diterimanya dari bagian penjualan.
- Memeriksa kembali barang yang diterima dari bagian gudang mengenai kuantitas maupun kualitasnya.

5) Bagian Pembukuan Piutang

Bertanggungjawab untuk mencatat piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit, mencatat berkurangnya piutang karena transaksi retur penjualan, penerimaan kas dari piutang, penghapusan piutang tak tertagih, dan membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada debitur.

6) Bagian Akuntansi Umum

Bertanggungjawab mencatat transaksi penjualan kredit dan penjualan tunai dalam jurnal penjualan dan transaksi retur

penjualan, pencadangan kerugian piutang, dan penghapusan piutang dalam jurnal umum.

4.2.1.2. Prosedur Pencatatan dalam Transaksi Penjualan.

Dokumen yang digunakan dalam pencatatan kegiatan penjualan dan retur penjualan adalah:

- a. Bon Pesanan
- b. *Delivery Order*
- c. Bukti Penyerahan Barang
- d. Surat Jalan
- e. Laporan Hasil Penjualan
- f. Surat Penerimaan Barang Kembali
- g. Nota Kredit

Dibawah ini, penulis akan menguraikan prosedur pencatatan dalam aktivitas penjualan yang dilaksanakan oleh PT. Cipta Mas Buana.

1) Bagian penerimaan pesanan

Pada perusahaan PT. Cipta Mas Buana penerimaan pesanan dilakukan oleh petugas penerima pesanan dari bagian penjualan. Pesanan diperoleh melalui *salesman* dalam rangka kunjungannya ke pelanggan yang diperoleh melalui telepon. Pesanan yang diterima tersebut dicatat dalam Bon Pesanan yang berisi : Nama dan Alamat Pemesan, Jumlah, Jenis dan Harga Barang yang dipesan.

Kemudian Bon Pesanan ini diberikan kepada supervisor penjualan untuk diperiksa dan disetujui. Supervisor penjualan akan menentukan besarnya potongan harga yang diberikan kredit lagi atau tidak. Jika tidak dapat diberikan kredit lagi karena telah melewati batas kredit yang telah ditetapkan, supervisor penjualan akan mengembalikan Bon Pesanan tersebut kepada bagian penerima pesanan untuk diberitahukan kepada pelanggan bahwa pesannya tidak dapat dipenuhi. Jika kredit masih dapat diberikan maka supervisor penjualan akan menandatangani Bon Pesanan tersebut.

Potongan harga ditetapkan sebagai berikut :

- Supervisor penjualan berwenang menetapkan discount antara 0%-15%, Untuk penjualan kredit berhak memberikan kredit untuk penjualan yang kurang dari Rp. 2 Juta.
- Manajer penjualan berwenang menetapkan discount 15% atau lebih dan penjualan diatas Rp 2 Juta.

Untuk pelanggan yang membeli secara tunai maka akan diberikan potongan tunai sebesar 6%, untuk penjualan kredit tiap pelanggan ditentukan batas kreditnya.

Penentuan batas kredit ini didasarkan atas :

- Kelancaran pembayaran kredit oleh pelanggan.

- Besar-kecilnya jumlah pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

Berdasarkan Bon Pesanan yang telah disetujui, bagian penerima pesanan akan membuat *Delivery Order* (DO) rangkap 3, yang akan didistribusikan kepada :

- Lembar 1 untuk bagian gudang.
- Lembar 2 untuk bagian administrasi penjualan.
- Lembar 3 untuk bagian akuntansi.

2) Bagian Gudang

Atas dasar *delivery order* yang diterima, bagian gudang memeriksa barang yang dipesan, apakah masih ada atau sudah habis. Jika barang yang dipesan tersebut tersedia untuk dijual maka bagian gudang akan memberitahukan kepada bagian penjualan bahwa barang yang diminta tersebut masih ada, bagian gudang akan membuat Bukti Penyerahan barang rangkap 4 yang akan didistribusikan kepada :

- Lembar 1 untuk bagian administrasi penjualan.
- Lembar 2 untuk bagian akuntansi.
- Lembar 3 untuk bagian pengiriman.
- Lembar 4 sebagai arsip bagian gudang.

Bagian gudang akan mengeluarkan barang sesuai dengan bukti penyerahan barang dan diberikar kepada bagian pengiriman untuk diatur pengirimannya.

3) Bagian Pengiriman Barang

Pada perusahaan ini, pengiriman barang dilakukan oleh bagian pengiriman atau *salesman* yang menerima order tersebut. Barang yang diterima dari bagian gudang akan diperiksa kembali oleh bagian pengiriman baik mengenai kuantitas maupun kualitasnya. Berdasarkan bukti penyerahan barang, bagian pengiriman akan memuat surat jalan rangkap 3, yang akan dikirim bersama barang kepada pembeli. Pembeli harus menandatangani surat jalan lembar 1 dan 2 lalu dikembalikan kepada bagian pengiriman. Surat jalan lembar 1 yang telah ditandatangani oleh pembeli akan diberikan kepada bagian administrasi penjual sebagai dasar pembuatan faktur. Surat jalan lembar 2 akan dijadikan arsip oleh bagian pengiriman.

4) Bagian Administrasi Penjualan

Bagian ini bertugas untuk membuat faktur rangkap 4 yang didasarkan atas surat jalan, kemudian didistribusikan kepada :

- Lembar 1 untuk pembeli pada waktu dilakukan penagihan.
- Lembar 2 untuk bagian keuangan.
- Lembar 3 untuk bagian akuntansi.
- Lembar 4 sebagai arsip bagian penjualan.

Setiap minggu bagian administrasi penjualan harus membuat laporan hasil penjualan yaitu laporan yang berisi jumlah barang yang terjual, nilai penjualan kotor, potongan harga serta nilai penjualan bersih. Bagian administrasi penjualan juga mengerjakan buku tambahan piutang dan mencatat tanggal jatuh tempo setiap piutang.

5) Bagian Pembukuan Piutang

Pada perusahaan ini diadakan pemisahan tugas antara petugas yang mengerjakan buku besar piutang dengan petugas yang mengerjakan buku tambahan piutang. Pembukuan dalam buku besar piutang diambil dari buku harian sedangkan pembukuan pada buku tambahan piutang diambil dari faktur penjualan. Pada setiap akhir bulan petugas yang mengerjakan buku tambahan piutang melakukan pencatatan atas semua piutang lalu membandingkannya dengan saldo buku besar piutang yang dibuat oleh petugas bagian pembukuan.

Setiap bulan bagian piutang juga membuat laporan saldo piutang dari tiap-tiap pelanggan serta memberikan data kepada manager penjualan mengenai pelanggan yang sulit ditagih untuk dipertimbangkan kembali apakah masih dapat diberi kredit lagi atau tidak.

6) Bagian Penagihan Piutang

Petugas bagian piutang akan mengklasifikasikan faktur-faktur penjualan yang telah jatuh tempo dan membuat daftar penagihan rangkap 2 dan didistribusikan kepada :

- Lembar 1 untuk kasir.
- Lembar 2 sebagai arsip bagian piutang setelah ditandatangani oleh bagian penagihan.

Bagian piutang akan memberikan surat jalan lembar 1 dan faktur kepada bagian penagihan untuk ditagih setelah bagian penagihan menandatangani daftar penagihan sebagai bukti menerima surat jalan lembar 1 dan faktur.

Setelah bagian penagihan berhasil menagih piutang maka hasil tagihannya harus langsung disetorkan kepada kasir dan akan menerima Bukti Terima Setoran. Pada hari itu juga bagian penagihan harus mengembalikan surat jalan dan faktur yang belum dapat ditagih dan memperlihatkan bukti terima setoran kepada bagian piutang. Apabila pelanggan hanya dapat membayar sebagian maka bagian penagihan akan mencatat pada faktur penjualan bahwa pembayaran belum lunas sepenuhnya. Faktur penjualan yang asli belum dapat diberikan kepada pelanggan tetapi masih tetap disimpan oleh bagian piutang.

7) Kasir

Kasir bertugas menerima uang yang berasal dari pembayaran pelanggan atau penjualan tunai. Kasir melakukan penyimpanan uang/cek/giro yang diterimanya. Setiap hari kasir harus menyetorkan uang ke bank dan menyerahkan *copy* bukti penyetoran tersebut kepada manager akuntansi dan keuangan juga harus membuat Daftar Penerimaan Uang untuk diberikan kepada manager akuntansi dan keuangan. Untuk cek/giro yang belum jatuh tempo harus dicatat dalam daftar khusus dan disimpan menurut tanggal jatuh temponya.

4.2.1.3. Praktik yang sehat dalam transaksi penjualan

Praktik pengendalian intern penjualan dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Order penjualan yang diterima mendapat persetujuan mengenai potongan harga dan persetujuan kredit. Potongan harga ditetapkan sebagai berikut :
 - Supervisor penjualan berwenang menetapkan discount antara 0% - 15%, Untuk penjualan kredit berhak memberikan kredit untuk penjualan yang kurang dari Rp. 2 Juta.
 - Manajer penjualan berwenang menetapkan discount 15% atau lebih dan penjualan diatas Rp 2 Juta.

- 2) Setiap pengeluaran barang dari gudang harus berdasarkan *Delivery Order* yang dibuat oleh bagian administrasi penjualan. Bagian gudang harus membuat Bukti Penyerahan Barang atas barang yang dikeluarkan dimana untuk setiap pengeluaran barang langsung dicatat pada kartu stok bagian gudang.
- 3) Bagian pengiriman harus memeriksa kembali barang yang diterima dari bagian gudang, jumlah barang yang diterima harus sesuai dengan jumlah barang yang tertera didalam Bukti Penyerahan Barang.
- 4) Pembeli harus menandatangani Surat Jalan sebagai bukti bahwa barang telah diterima dan jumlahnya telah sesuai dengan jumlah barang yang tertera pada Surat Jalan, dimana nantinya Surat Jalan yang telah ditandatangani tersebut akan dilampirkan pada waktu dilakukan penagihan.
- 5) Bagian akuntansi harus mencocokkan faktur dengan *Delivery Order* apakah jumlah barang, harga satuan, potongan harga dan perhitungannya telah benar.
- 6) Perusahaan telah menggunakan faktur yang telah memiliki nomor urut (*prenumbered*) dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kecurangan.

4.2.1.4. Karyawan yang Mutunya Sesuai dengan Tanggung jawabnya

Dalam melakukan penerimaan calon karyawan yang dibutuhkan perusahaan atas persetujuan direktur utama dengan memberi wewenang kepada bagian personalia, menetapkan beberapa tahap atau proses yang harus dilalui yaitu :

- 1) Pemeriksaan surat-surat lamaran lengkap dengan riwayat hidup.
- 2) Seleksi yang bersifat teoritis dan teknis.
- 3) Setelah calon karyawan tersebut lulus dalam seleksi pemeriksaan surat-surat lamaran dan lain-lain, karyawan memasuki tahap masa percobaan selama 3 bulan sampai dengan 6 bulan.
- 4) Pengangkatan calon karyawan yang dinyatakan lulus sebagai karyawan tetap sesuai dengan tanggung jawab dan posisi yang dibutuhkan perusahaan.
- 5) Penyesuaian jabatan dan golongan gaji, seperti promosi jika prestasi dan kemampuan dinilai baik dan mutasi jika prestasi kerja dinilai menurun.
- 6) Pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawan dapat terjadi jika :
 - Pengunduran diri secara sepihak oleh karyawan.
 - Karyawan yang bersangkutan meninggal dunia.

- Penghentian pegawai karena karyawan telah melakukan pelanggaran.
- Penghentian pegawai karena perusahaan menghentikan kegiatannya.

4.2.2. Kelancaran Penerimaan / Penagihan Piutang

1) Penjualan Kredit

Di samping memberikan penjualan dengan tunai, PT. Cipta Mas Buana juga mengadakan penjualan dengan kredit. Hal ini dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualannya dan mengimbangi kebijakan kredit yang diterapkan pada perusahaan pesaing yang sejenis. Semakin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya jumlah piutang berarti risiko kredit akan semakin besar namun bersamaan dengan itu akan memperbesar profitabilitas perusahaan. Risiko kredit adalah risiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada pelanggan.

Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para langganannya, perusahaan perlu mengadakan evaluasi risiko kredit dari para pelanggan tersebut. Perusahaan harus menentukan dengan cermat kebijakan pemberian kredit yang akan digunakan karena dengan kebijakan kredit yang tepat, maka investasi yang tertanam dalam

piutang dagang akan dapat memberikan pendapatan yang lebih besar daripada biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendukung terlaksananya penjualan dengan kredit tersebut

Kebijakan pemberian kredit perusahaan dapat dibagi dalam tiga kriteria yaitu: standar kredit, syarat kredit dan kebijakan penagihan piutang (administrasi kredit).

(a) Standar Kredit

Dalam memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit, PT. Cipta Mas Buana terlebih dahulu menilai calon penerima kredit, baik pelanggan baru maupun pelanggan lama. Penilaian dalam mengevaluasi kelayakan seorang pelanggan untuk diberi kredit adalah melalui standar kredit. Untuk melakukan penilaian terhadap pelanggan untuk pemberian kredit, perusahaan menggunakan analisis 5C yaitu :

(1) *Character* (Watak/ kepribadian)

Faktor utama didalam menganalisa kelayakkan kredit seorang pelanggan dengan cara menilai tingkat kesadaran moril dari pelanggan lewat sifat-sifat pribadi, cara hidup, status sosial, dan lain-lain. Hal ini penting karena berkaitan dengan kemauan untuk membayar (*willingness to pay*).

(2) *Capacity* (Kemampuan)

Penilaian dengan meneliti kemampuan pimpinan perusahaan beserta staffnya dalam meraih penjualan ataupun pendapatan yang dapat diukur dari penjualan yang dicapai pada masa lalu dan juga keahlian yang dimiliki dalam bidang usahanya. Hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk membayar (*ability to pay*).

(3) *Capital* (Modal)

Dengan mengukur posisi keuangan secara umum dengan memperhatikan modal yang dimiliki perusahaan dan juga perbandingan hutang dan modalnya.

- (4) *Collateral (Jaminan)*
Dengan mengukur besarnya aktiva yang akan diikrarkan sebagai jaminan atas kredit.
- (5) *Condition (Kondisi)*
Dengan memperhatikan keadaan perekonomian pada umumnya yang akan berpengaruh terhadap jalannya usaha perusahaan.

Dalam menentukan besarnya batas kredit yang akan diberikan kepada pelanggan, perusahaan harus mengadakan penilaian, baik untuk pelanggan lama maupun bagi pelanggan baru. Bagi pelanggan lama, perusahaan melakukan penilaian dengan melihat ketepatan pelanggan tersebut dalam melakukan pembayaran hutang sebelumnya. Apabila pelanggan dapat memenuhi kewajiban pembayarannya dengan baik dan tepat pada waktunya, maka perusahaan dapat memberikan suatu batas kredit yang lebih besar. Tetapi untuk pelanggan yang melewati batas waktu jatuh tempo didalam membayar kewajiban hutangnya, maka perusahaan akan memberikan kredit dengan batas yang lebih kecil.

Untuk pelanggan baru, perusahaan melakukan penilaian dengan mengadakan kunjungan dan berusaha mencari informasi mengenai kondisi calon pelanggannya, apakah layak untuk diberikan kredit atau tidak. Setelah kunjungan dilakukan, perusahaan dapat mengambil salah satu dari kebijaksanaan berikut:

- (1) Permohonan kredit disetujui.
- (2) Permohonan kredit disetujui, tetapi pembeli diharuskan memberi uang muka minimum 50%.
- (3) Permohonan kredit tidak disetujui, dan pembeli diharuskan untuk membayar tunai.

Kebijaksanaan ketiga umumnya diberlakukan bagi pelanggan baru atau dari luar kota karena perusahaan sulit untuk mengadakan kunjungan langsung.

(b) Syarat Kredit

Syarat kredit yang ditetapkan PT. Cipta Mas Buana pada tahun 2000 dan sebelumnya (syarat kredit lama) adalah 3/15 net 60 yang artinya:

- (1) Pelanggan yang membayar tunai akan diberikan *cash discount* sebesar 3%.
- (2) Batas waktu pembayaran tunai maksimal 15 hari.
- (3) Batas waktu pembayaran kredit yang diberikan perusahaan adalah 60 hari.

Syarat kredit yang diterapkan perusahaan mulai tahun 2001 (syarat kredit baru) adalah 6/10 net 90 yang artinya:

- (1) Pelanggan yang membayar tunai akan diberikan *cash discount* sebesar 6%.
- (2) Batas waktu pembayaran tunai maksimal 10 hari.
- (3) Batas waktu pembayaran kredit yang diberikan perusahaan adalah 90 hari.

Hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam perubahan syarat kredit ini adalah:

- (1) Perusahaan merubah jangka waktu kredit dari 60 hari menjadi 90 hari dengan maksud agar dapat meningkatkan volume penjualan sehingga diharapkan dapat memberikan tambahan keuntungan sesuai dengan yang ditargetkan oleh perusahaan. Di samping itu, perubahan jangka waktu kredit ini bertujuan agar para pelanggan dalam melakukan pembayaran hutangnya, tidak melampaui jangka waktu kredit yang telah ditetapkan perusahaan.
- (2) Disamping melakukan perubahan jangka waktu kredit, perusahaan memperbesar *cash discountnya* dari 3% menjadi 6%. Hal ini dilakukan perusahaan dengan maksud agar pelanggan dapat lebih tertarik untuk melakukan pembayaran dengan tunai. Menurut perusahaan, pembayaran dengan tunai lebih disukai karena tidak mengandung risiko dan biaya, seperti risiko adanya piutang tak tertagih, besarnya dana yang tertanam dalam piutang dagang, dan biaya penagihan.
- (3) Oleh karena perusahaan memperbesar *cash discountnya*, maka perusahaan mempersingkat batas waktu pembayaran tunai dari 15 hari menjadi 10 hari. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat segera menerima uang tunai yang dapat dipergunakan sebagai dana bagi modal kerjanya.

Perusahaan menetapkan kebijakan untuk memberikan *discount* agar pelanggan yang ingin melakukan transaksi secara kredit tertarik untuk membayar kewajibannya lebih cepat dari tanggal jatuh tempo, karena dengan membayar lebih cepat, maka pelanggan akan mendapat potongan harga. Potongan ini diterapkan untuk pelanggan yang membayar dalam jangka waktu 15 hari dan *discount* yang diberikan adalah 3% dari jumlah transaksi yang dilakukan.

Kebijakan kredit yang baru diterapkan mempunyai *cash discount* 6% dari jumlah transaksi dan jangka waktu yang ditetapkan 90 hari. Jangka waktu kredit berguna untuk dapat meningkatkan penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan. Dengan potongan harga transaksi baru perusahaan mengharapkan pelanggan lebih memilih pembelian tunai karena biaya yang dibebankan kepada pelanggan semakin besar.

(c) Kebijakan Penagihan Piutang

Kebijakan penagihan piutang merupakan prosedur atau usaha untuk memperoleh pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualan dalam waktu yang wajar. Kebijakan penagihan merupakan cara yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk menagih piutang usaha. Berhasil tidaknya kebijakan pemberian kredit yang ditetapkan oleh perusahaan pada akhirnya tergantung dari berhasil tidaknya perusahaan memperoleh

pembayaran atas penjualan yang telah dilakukan. Prosedur umum yang digunakan dalam pengumpulan piutang, antara lain: surat, telepon, kunjungan pribadi, agen, jalur hukum.

2) Penagihan Piutang

Hal-hal yang berhubungan dengan penagihan piutang adalah prosedur penagihan piutang, penanganan kredit macet, dan penghapusan piutang tak tertagih, yang diuraikan sebagai berikut :

(a) Prosedur Penagihan piutang

Perusahaan menetapkan cara penagihan dengan prosedur antara lain : Dengan surat menyurat, hubungan telepon, dan pembicaraan langsung.

- (1) Dalam waktu kurang lebih satu minggu sebelum tanggal jatuh tempo, perusahaan menghubungi pelanggan melalui surat atau faksimili atau telepon untuk mengingatkan pelanggan agar melunasi hutang pada waktunya.
- (2) Pada saat jatuh tempo dan pelanggan belum melunasi hutangnya, maka perusahaan mengirimkan surat peringatan yang lebih keras atau dengan mengutus petugas seksi penagihan ke tempat pelanggan tersebut disertai larangan menambah kredit sampai hutang-hutang lamanya dilunasi.
- (3) Dilakukan peninjauan berkala atas kelayakan kredit pelanggan dan penetapan batas kredit pelanggan.

(b) Penanganan Kredit Macet

Jika terjadi kredit macet, maka penanganan penagihan piutang atas kredit macet diserahkan kepada agen penagihan piutang, jika jumlah piutang kecil, maka penagihan kredit macet ini ditangani perusahaan sendiri dengan cara-caranya. seperti penghapusan piutang dagang dalam neraca dan memasukkannya dalam daftar hitam perusahaan.

(c) Penghapusan Piutang Tak Tertagih

Ada beberapa kriteria yang dapat dijadikan pedoman dalam menentukan bahwa suatu piutang benar-benar tidak dapat ditagih, yaitu:

- (1) Bila surat-surat teguran yang dikirim perusahaan mengenai saldo hutang langganan tidak pernah ditangani sehingga saldo piutang perusahaan terbuka terus menerus tanpa ada penyelesaian.
- (2) Bila terdapat perbedaan mengenai jumlah saldo piutang antara perusahaan dengan pelanggan yang sudah lama sekali belum dapat diselesaikan.
- (3) Bila alamat langganan sudah tidak diketahui lagi.
- (4) Bila langganan jatuh pailit dan tidak ada harta kekayaan pelanggan yang dapat dijadikan sebagai alat pembayaran/ pelunasan hutangnya.

Setiap ada penghapusan piutang hanya mendapat persetujuan dari manajer penjualan setelah mempertimbangkan tiga hal, yaitu:

- (1) Bila alamat langganan sudah tidak diketahui lagi.
- (2) Bila umur piutang sudah dua tahun keatas terhitung sejak tanggal faktur dan telah dilakukan penagihan berulang kali tetapi pelanggan tidak juga membayar.
- (3) Bila pelanggan jatuh pailit dan tidak ada harta kekayaannya yang dapat dijadikan pembayaran/ pelunasan piutang.

3) Pertanggungjawaban Pelaporan Piutang

Dalam melaksanakan pengendalian intern piutang dagang. PT. Cipta Mas buana menggunakan daftar umur piutang (*aging schedule*) yang dibuat setiap akhir suatu periode tertentu. Daftar umur piutang menggambarkan jangka waktu dari hutang para pelanggan dan digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui berapa besarnya komposisi piutang dagang perusahaan yang telah jatuh tempo.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai komposisi piutang dagang yang telah jatuh tempo secara keseluruhan, maka penulis melampirkan Daftar umur piutang perusahaan secara keseluruhan per 31 Desember 2003.

Tabel 2.
Daftar Umur Piutang
PT. Cipta Mas Buana
Per, 31 Desember 2003

Daftar Umur Piutang	Jumlah Piutang	Persentase
Belum Jatuh Tempo	Rp. 375.635.233,-	58,82
Menunggak 6-30 hari	Rp. 210.965.206,-	33,04
Menunggak 31-60 hari	Rp. 29.375.177,-	4,60
Menunggak 61-90 hari	Rp. 8.550.625,-	1,34
Menunggak 91-365 hari	Rp. 11.887.960,-	1,86
Menunggak >365 hari	Rp. 2.175.880,-	0,34
Jumlah	Rp. 638.590.081,-	100%

Sumber : Data diolah PT. Cipta Mas Buana

Berdasarkan Tabel Daftar Umur Piutang diatas dapat diketahui bahwa perusahaan memiliki piutang belum jatuh tempo sebesar 58,82 % dari keseluruhan piutang dengan nilai Rp.375.635.233,- dan piutang lewat jatuh tempo (menunggak) sebesar 41,18 % dengan nilai Rp. 262.954.848,-.

Umur piutang yang menunggak 6-30 hari memiliki nilai tunggakan terbesar dari yang lainnya, yaitu sebesar Rp.210.965.206,- ini berarti 80,23 % dari seluruh tunggakan (Rp.262.954.848,-) ada pada umur piutang yang menunggak 6-30 hari. Sedangkan umur piutang yang memiliki nilai terkecil ada pada umur piutang yang menunggak > 365 hari sebesar Rp.2.175.880,- atau 0,83 % dari semua umur piutang yang menunggak.

Dari Tabel Daftar Umur Piutang diatas maka perusahaan menetapkan persentase piutang dagang yang tidak tertagih dari masing-masing kelompok umur piutang yang didasarkan atas pengalaman perusahaan pada tahun-tahun yang lalu, kemudian dikalikan dengan saldo piutang dari masing-masing umur piutang. Hasil perkalian tersebut dijumlahkan untuk dapat diketahui berapa besarnya cadangan piutang ragu-ragu yang harus dipersiapkan oleh perusahaan, seperti di bawah ini:

Tabel 3.
Cadangan Piutang tak Tertagih
PT. Cipta Mas Buana
Per, 31 Desember 2003

Umur Piutang Dagang	Saldo	% Tak Tertagih	Jumlah Cadangan
Belum jatuh tempo	Rp. 375.635.233,-	0,8%	Rp. 3.005.081,86
6-30 hari	Rp. 210.965.206,-	2%	Rp. 4.219.304,12
31-60 hari	Rp. 29.375.177,-	10%	Rp. 2.937.517,70
61-90 hari	Rp. 8.550.625,-	12,5%	Rp. 1.068.828,12
91-365 hari	Rp. 11.887.960,-	15%	Rp. 1.783.194,00
> 365 hari	Rp. 2.175.880,-	30%	Rp. 652.764,00
	Rp. 638.590.081,-		Rp. 10.661.607,94

Sumber : Data diolah PT. Cipta Mas Buana

Jumlah piutang dagang yang belum jatuh tempo dari Tabel. 3 diatas yaitu sebesar Rp. 375.635.233,- artinya bahwa piutang dagang itu berasal dari penjualan yang dilakukan kurang dari 6 hari yang lalu dari tanggal pembuatan cadangan piutang tersebut (31 Desember 2003) dengan tingkat persentase piutang tak tertagih

untuk cadangan piutang sebesar 0,8 % dengan nilai Rp.3.005.081,86.

Piutang dagang Rp. 210.965.206,- berasal dari penjualan kurang dari 31 hari. Piutang dagang Rp. 29.375.177,- berasal dari penjualan kurang dari 61 hari, dengan besarnya persentase pencadangan piutang tiap tingkatan umur piutang yang merupakan kebijakan perusahaan.

Tabel 4.
Data Kebijakan Kredit Lama (Tahun 2001)
dan
Kebijakan Kredit Baru (Tahun 2002, 2003)
PT. Cipta Mas Buana

Keterangan	2001	2002	2003
Penjualan	Rp. 1.945.916.000	Rp. 2.572.920.000	Rp. 2.894.497.900
Penjualan per hari	Rp. 5.331.277	Rp. 7.049.131	Rp. 7.930.131
Harga pokok penjualan	Rp. 1.188.582.500	Rp. 1.572.991.000	Rp. 1.772.143.800
Harga pokok penjualan per hari	Rp. 3.256.390	Rp. 4.309.564	Rp. 4.855.188
Cash discount	3%	6%	6%
Batas waktu pembayaran tunai	15 hari	10 hari	10 hari
Jangka waktu kredit	60 hari	90 hari	90 hari
Rata-rata pengumpulan piutang (ACP)	108 hari	105 hari	105 hari
Beban piutang tak tertagih	2%	2,5%	2,5%
Modal kerja lain	29%	31%	31%
Suku bunga per tahun	20%	20%	20%
Suku bunga per hari	0,054795%	0,054795%	0,054795%

Sumber : Data diolah PT. Cipta Mas Buana

4.2.3. Peranan Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Kelancaran Penerimaan / Penagihan Piutang

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah dengan penjualan kredit maka semakin besar jumlah piutang dan akan meningkatkan risiko piutang tak tertagih, keterlambatan penerimaan / penagihan piutang akan menghambat aliran kas perusahaan sehingga menimbulkan kerugian dan mempengaruhi kelangsungan beroperasinya perusahaan.

Penerimaan kas dari hasil penjualan merupakan faktor yang sensitif dari tindakan penyelewengan. Dalam meningkatkan kelancaran penerimaan piutang keberadaannya perlu didukung sistem pengendalian intern yang memadai terhadap transaksi penjualan. Dengan adanya sistem pengendalian intern penjualan yang memadai akan meningkatkan efektifitas penagihan piutang, yaitu melalui kebijakan dan prosedur yang ditetapkan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan kelancaran penerimaan piutang.

Tujuan perusahaan melakukan penerapan sistem pengendalian intern penjualan adalah untuk membantu pimpinan perusahaan dalam mengawasi jalannya aktivitas perusahaan dalam transaksi penjualan. Dalam sistem pengendalian intern penjualan terdapat unsur-unsur yang saling berkaitan. Unsur-unsur pengendalian intern penjualan meliputi:

1) Organisasi.

Dalam organisasi ini terdapat adanya pemisahan tugas antara bagian penjualan, bagian administrasi penjualan, bagian kas.

bagian akuntansi dan bagian gudang. Pemisahan tugas ini merupakan pembagian tanggung jawab fungsional kepada unit-unit organisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan pokok perusahaan.

2) Prosedur dan pencatatan dalam transaksi penjualan.

Pencatatan transaksi penjualan dilakukan berdasarkan bukti-bukti yaitu : Bon Pesanan, *Delivery Order*, dan Bukti Penyerahan Barang. Setiap transaksi hanya terjadi atas dasar otorisasi dari pejabat yang memiliki wewenang untuk menyetujui terjadinya transaksi tersebut. Pelaksanaan otorisasi atau pengesahan oleh pihak yang berwenang melakukan tugas dan fungsi yang berkaitan dengan transaksi penjualan, seperti: penerimaan order dari pembeli, persetujuan pemberian kredit, otorisasi terjadinya piutang. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi bahwa penjualan yang dilakukan benar-benar ada dan terjadi dalam kaitannya dengan penerimaan hasil penjualan.

3) Praktik yang sehat dalam transaksi penjualan

Pembagian tanggung jawab fungsional dan sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang telah ditetapkan tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak diciptakan cara-cara untuk menjamin praktik yang sehat dalam pelaksanaannya. Praktik yang sehat ditunjukkan dari adanya pelaksanaan pekerjaan yang mengacu pada prosedur kerja sesuai tugas dan fungsi oleh bagian yang melaksanakan dan

adanya kesesuaian bukti/dokumen yang terkait dengan transaksi penjualan.

4) Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab

Diantara empat unsur pokok pengendalian intern tersebut, unsur mutu karyawan merupakan unsur sistem pengendalian intern yang paling penting. Jika perusahaan memiliki karyawan yang kompeten dan jujur, unsur pengendalian yang lain dapat dikurangi sampai batas minimum, dan perusahaan tetap mampu menghasilkan pertanggungjawaban keuangan yang dapat diandalkan. Pelaksanaan kegiatan perusahaan dilakukan oleh pegawai yang memiliki kualifikasi dibidangnya. Untuk seleksi penerimaan pegawai dilakukan dengan prosedur kepegawaian, sehingga pelaksanaan kegiatan perusahaan dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kualifikasi. Pembagian jenis pekerjaan disesuaikan dengan tingkat pendidikan, pengalaman, dan jabatan dari setiap karyawan yang bersangkutan.

Untuk mencapai sistem pengendalian intern atas penjualan yang memadai, perusahaan menjalankan semua aktivitas operasionalnya sesuai dengan *standard operating procedur* (SOP), yang ditetapkan di dalam kebijakan dan pendelegasian wewenang yang terdapat di dalam struktur organisasi. Salah satu kebijakan yang penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit adalah kebijakan piutang usaha. Kebijakan ini merupakan suatu pedoman atau ukuran yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan pemberian kredit kepada

pelanggan termasuk jumlah kredit dan syarat pembayarannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pemberian kredit antara lain standar kredit, syarat kredit dan kebijakan penagihan piutang. Pelaksanaan unsur-unsur sistem pengendalian intern penjualan akan dapat memberikan keandalan data atas setiap transaksi penjualan yang terjadi melalui ketaatan terhadap kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan sehingga kelancaran penerimaan piutang akan menunjang perputaran aliran kas perusahaan agar kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan lancar, aman dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan disertai dengan tingkat piutang tak tertagih yang terkendali.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

1. Simpulan Umum

- 1) PT. Cipta Mas Buana merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan menjadi distributor farmasi. Berlokasi di Jl. K. H. Wahid Hasyim no. 48, Jakarta, didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 93 tanggal 22 Mei 1996.
- 2) Sistem pengendalian intern penjualan yang dilaksanakan oleh PT. Cipta Mas Buana secara garis besar cukup memadai. dibuktikan dengan adanya penerapan unsur-unsur yang saling berkaitan yaitu : organisasi, prosedur dan pencatatan penjualan, praktik yang sehat dan karyawan yang mutunya sesuai tanggung jawab.
- 3) Pengendalian piutang dilakukan dengan penerapan kebijakan kredit perusahaan yaitu standar kredit yang merupakan penilaian kredibilitas pelanggan, syarat kredit dan kebijakan penagihan.
- 4) Transaksi penjualan pada PT. Cipta Mas Buana melibatkan bagian penjualan, bagian administrasi penjualan, bagian kas, bagian akuntansi dan bagian gudang.

2. Simpulan Khusus

Sistem pengendalian intern penjualan terhadap kelancaran penerimaan/ penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana dapat dilihat dari adanya unsur-unsur yang saling berkaitan yaitu :

- 1) Struktur organisasi PT. Cipta Mas Buana menunjukkan adanya pemisahan fungsi dan tanggung jawab antara bagian penjualan, bagian penagihan, bagian gudang, bagian pembukuan piutang, dan bagian akuntansi.
- 2) Prosedur pencatatan dalam transaksi penjualan pada PT. Cipta Mas Buana dilakukan dengan didukung oleh bukti-bukti yaitu : Bon Pesanan, *Delivery Order*, dan Bukti Penyerahan Barang. Semua bukti ini mendapat persetujuan dari masing-masing pihak yang berwenang dengan adanya tanda tangan.
- 3) Praktik yang sehat ditunjukkan dari adanya pelaksanaan pekerjaan yang mengacu pada prosedur kerja sesuai tugas dan fungsi oleh bagian yang melaksanakan dan adanya kesesuaian bukti/dokumen yang terkait dengan transaksi penjualan.
- 4) Pelaksanaan kegiatan perusahaan dilakukan oleh pegawai yang memiliki kualifikasi dibidangnya. Untuk seleksi penerimaan pegawai dilakukan dengan prosedur kepegawaian, sehingga pelaksanaan kegiatan perusahaan dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kualifikasi. Pembagian jenis pekerjaan disesuaikan dengan tingkat pendidikan, pengalaman, dan jabatan dari setiap karyawan yang bersangkutan.

- 5) Penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana berjalan lancar dengan didukung penerapan unsur-unsur sistem pengendalian intern penjualan dan kebijakan pemberian kredit yang harus ditaati oleh pelanggan.
- 6) Sistem pengendalian intern penjualan mempunyai peranan yang signifikan terhadap kelancaran penerimaan / penagihan piutang pada PT. Cipta Mas Buana.

5.2. Saran

Adapun saran-saran penulis dalam upaya perbaikan yang mungkin berguna bagi kelancaran penerimaan/ penagihan piutang adalah sebagai berikut:

1. Dalam melakukan penilaian terhadap kredibilitas pelanggan sebaiknya tidak hanya dilihat berdasarkan pengalaman masa lalunya, seperti ketepatan membayar, dan lamanya hubungan namun sebaiknya perusahaan harus pula mengadakan pengecekan ke bank untuk mengetahui kredibilitas pelanggan tersebut sehingga dapat mengurangi resiko terjadinya piutang tak tertagih.
2. Perusahaan sebaiknya menerapkan suatu denda bunga bagi pelanggan yang terlambat melunasi hutangnya sesuai dengan jangka waktu kredit yang telah disepakati sehingga perusahaan dapat mengurangi atau meminimalkan resiko terjadinya piutang tak tertagih dan perusahaan dapat mengendalikan perputaran piutang dagangnya atau perusahaan dapat menetapkan syarat kredit yang lebih menarik misalnya dengan

memperpanjang jangka waktu discount atau menaikkan tingkat bunga discount.

3. Penggunaan dokumen sebaiknya benar-benar dioptimalkan karena merupakan bukti dari suatu transaksi.
4. Perlu adanya peninjauan kembali terhadap jangka waktu penagihan atas piutang usaha sehingga piutang usaha dapat tepat waktu tertagih dan dapat direalisasikan ke dalam penerimaan kas dari transaksi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Wijaya Tunggal. 1996. *Tanya Jawab Controllershship: Pekerjaan Akuntan Manajemen dan Kontroller*. Buku I, Harvindo, Jakarta.
- Arens, Alvin A, James K. Loebbecke. 2000. *Auditing: An Integrated Approach*. 8 Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Arens, Alvin A, James K. Loebbecke. 2000. *Auditing: Pendekatan Terpadu*. Alih bahasa : Amir Abadi Jusuf, Salemba 4, Jakarta.
- Bodnar, George H and William S. Hopwood. 2000. *Accounting Information System*. Edisi 8, Jilid 2, Alih bahasa: Amir Abadi Jusuf dan Rudi M. Tambunan. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Bambang Hartadi. 1999. *Sistem Pengendalian Intern*. Edisi 3. BPFE, Yogyakarta.
- Handoyo C. Wibisono. 1997. *Manajemen Modal Kerja*. Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2001. *Sistem Pengawasan Manajemen*. Pustaka Quantum, Jakarta.
- Haryono Al. Jusuf. 2001. *Dasar-dasar Akuntansi*. Edisi 16, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Horne, James C. 1998. *Financial Management and Policy*. 11 Edition, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Indra Bastian dan Gatot Soepriyanto. 2002. *Sistem Akuntansi Sektor Publik*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2001. *Standar Profesional Akuntan Publik*. Cetakan Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- J. Gitman, Lawrence. 2000. *Principles of Managerial Finance*. 9 Edition, Addison Wesley Publishing Company, USA.
- Krismiaji. 2000. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi 3, AMP YKPN, Jakarta.
- Lukman Syamsuddin. 2000. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan dan Pengambilan Keputusan*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi*. Edisi 3. STIE YKPN, Yogyakarta.

Mulyadi dan Kanaka Pradiredja. 1998. *Auditing*. Buku Satu, Edisi 5. Salemba Empat, Jakarta.

Sukrisno Agus. 1999. *Auditing (Pemeriksaan Akuntan)*. Edisi 2. FE UI, Jakarta.

Teguh Pudjo Mulyono. 1996. *Manajemen Perkreditan bagi Bank Komersil*. Edisi 2, UPP-AMP YKPN, Yogyakarta.

Wilson D, James and John B. Compbell. 1996. *Controllership: Tugas Akuntan Manajemen*. 3 Edition, Alih bahasa: Tjintjin Fenix Tjendra, Erlangga, Jakarta.

Wilkinson Joseph W. 1993. *Accounting and Information Systems*. Edisi 3, Alih bahasa: Agus Maulana, Bina Aksara, Jakarta.

Zaki Baridwan. 2002. *Sistem Akuntansi: Penyusunan Prosedur dan Metode*. Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.



LAMPIRAN



PT CIPTA MAS BUANA

PERTAMINA OIL SEA TRANSPORTATION
AND PHARMACEUTICAL

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Belly Sudrajat
Perusahaan : PT. Cipta Mas Buana
Jabatan : Kepala Bagian Keuangan

Menerangkan bahwa :

Nama : Natalia
NRP : 022100041
Universitas : Pakuan - Bogor
Fakultas : Ekonomi - Jurusan Akuntansi

Telah mengadakan riset dalam rangka penyusunan skripsi akuntansi dan menyelesaikannya di :

Tempat : PT. Cipta Mas Buana
Jl. K.H. Wahid Hasyim No. 48 B. Lt. 1
Jakarta

Tanggal : 26 Juli – 20 Agustus 2004

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Agustus 2004

PT. CIPTA MAS BUANA


Belly Sudrajat
Kabag Keuangan



PT CIPTA MAS BUANA

PERTAMINA OIL SEA TRANSPORTATION
AND PHARMACEUTICAL

JADUAL PENELITIAN

NO	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN
1	26 Juli 2004	Permohonan izin untuk melakukan penelitian pada PT. Cipta Mas Buana
2	12 Agustus 2004	Pengambilan Surat Keterangan Riset dari PT.Cipta Mas Buana
3	19 Agustus 2004	Pengambilan Laporan Keuangan dan Data Kebijakan Kredit PT. Cipta Mas Buana.
4	20 Agustus 2004	Penandatanganan Jadwal Penelitian dan Surat Keterangan Riset.

Jakarta, 20 Agustus 2004

PT. CIPTA MAS BUANA

Belly Sudrajat
Kabag Keuangan



PT CIPTA MAS BUANA
PERTAMINA OIL SEA TRANSPORTATION
AND PHARMACEUTICAL

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Belly Sudrajat
Perusahaan : PT. Cipta Mas Buana
Jabatan : Kepala Bagian Keuangan

Menerangkan bahwa :

Nama : Natalia
NRP : 022100041
Universitas : Pakuan - Bogor
Fakultas : Ekonomi – Jurusan Akuntansi

Telah mengadakan riset dalam rangka penyusunan skripsi akuntansi dan menyelesaikannya di :

Tempat : PT. Cipta Mas Buana
Jl. K.H. Wahid Hasyim No. 48 B. Lt. 1
Jakarta

Tanggal : 26 Juli – 20 Agustus 2004

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Agustus 2004

PT. CIPTA MAS BUANA


Belly Sudrajat
Kabag Keuangan



PT CIPTA MAS BUANA
PERTAMINA OIL SEA TRANSPORTATION
AND PHARMACEUTICAL

JADUAL PENELITIAN

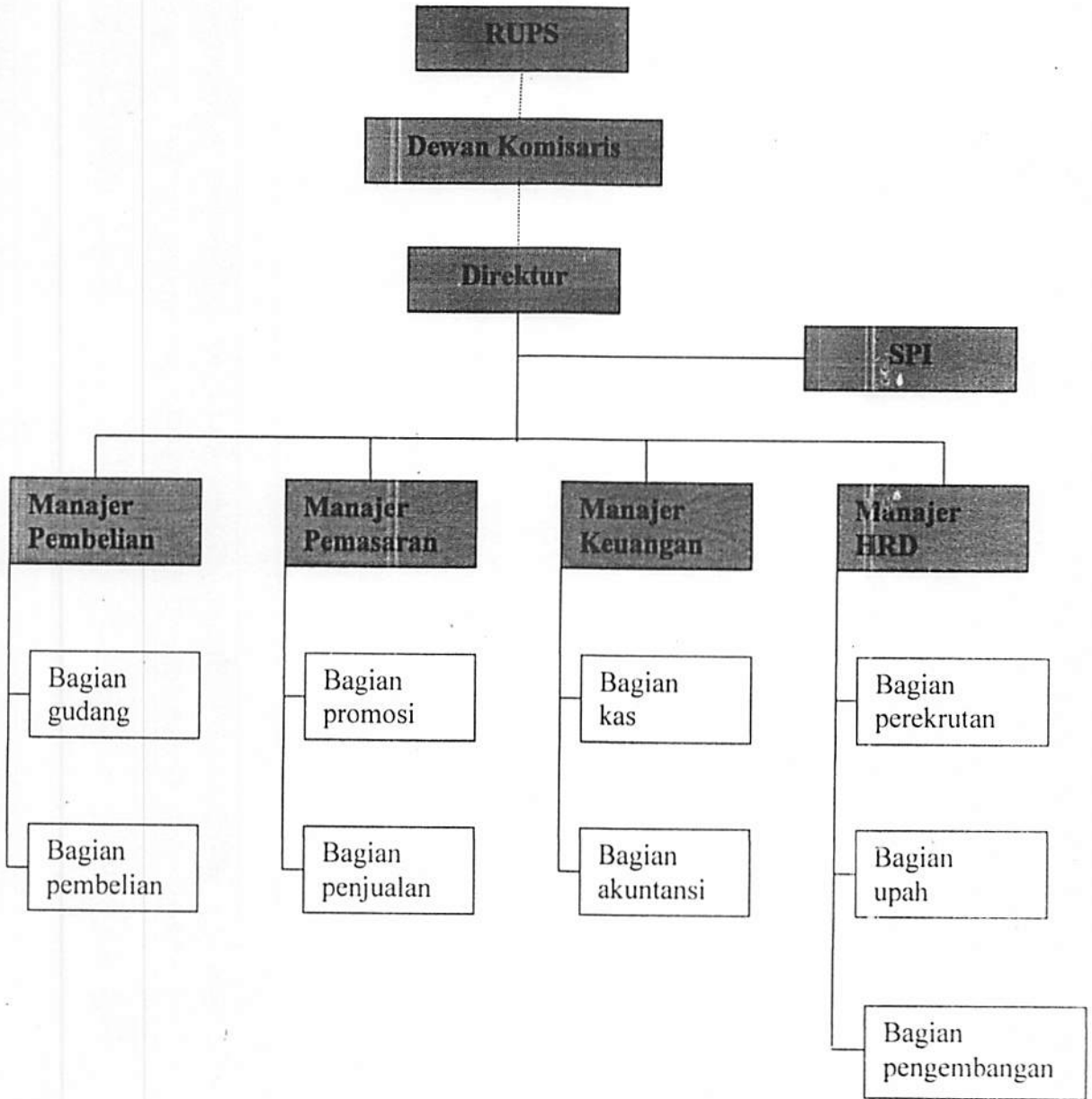
NO	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN
1	26 Juli 2004	Permohonan izin untuk melakukan penelitian pada PT. Cipta Mas Buana
2	12 Agustus 2004	Pengambilan Surat Keterangan Riset dari PT.Cipta Mas Buana
3	19 Agustus 2004	Pengambilan Laporan Keuangan dan Data Kebijakan Kredit PT Cipta Mas Buana.
4	20 Agustus 2004	Penandatanganan Jadwal Penelitian dan Surat Keterangan Riset.

Jakarta, 20 Agustus 2004

PT. CIPTA MAS BUANA

Belly Sudrajat
Kahng Keuangan

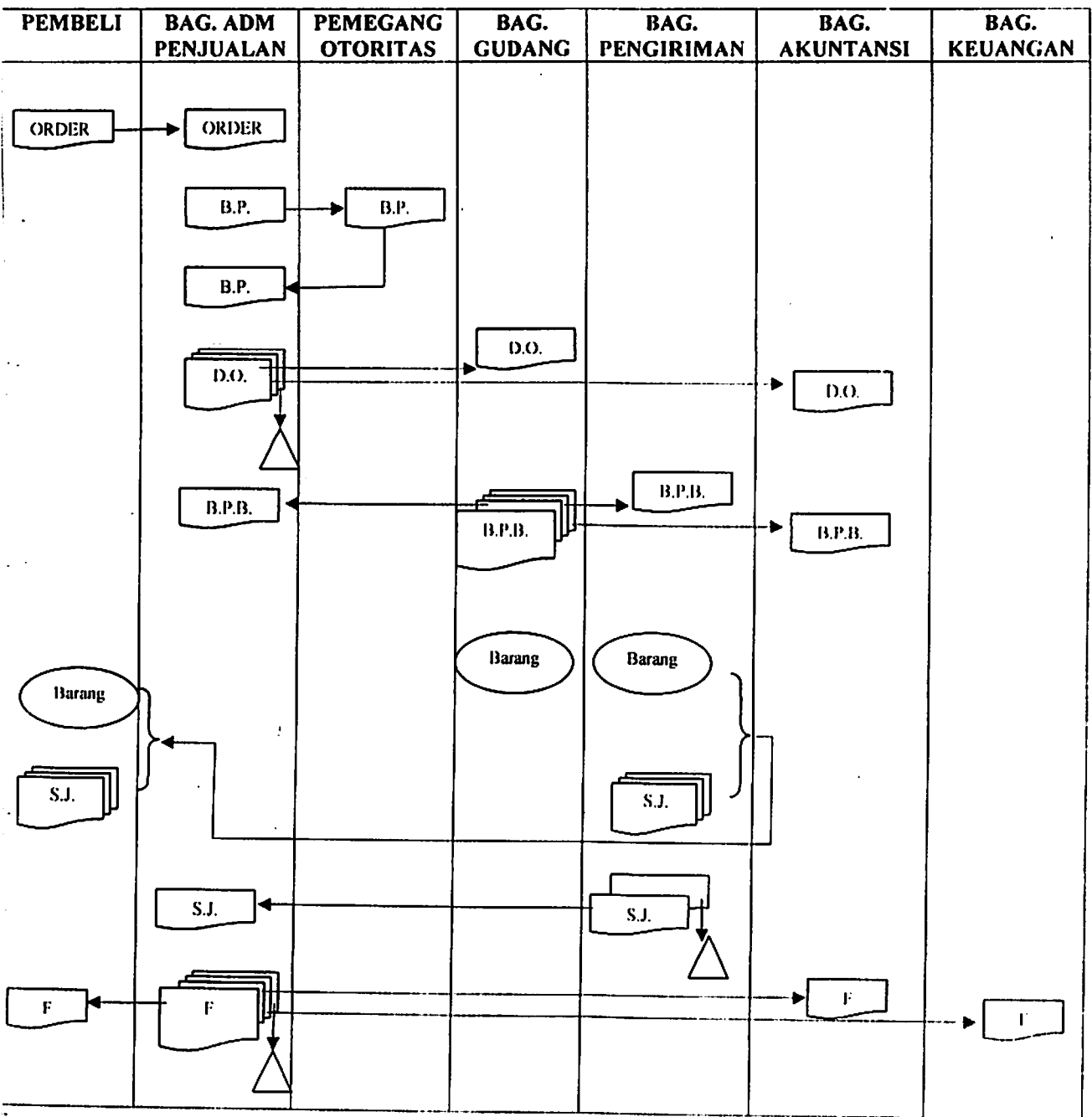
Bagan Organisasi
PT. Cipta Mas Buana



Sumber : PT. Cipta Mas Buana

Keterangan : = garis pengawasan

———— = garis komando



Keterangan :

- B.P. = BON PESANAN
- D.O. = DELIVERY ORDER
- B.P.B. = BUKTI PENYERAHAN BARANG
- S.J. = SURAT JALAN
- F = ARSIP