

Analisis Piutang pada PT Pos Indonesia Regional V Surabaya

Hayati Sivak¹, Anita Handayani²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik

hayatisivak@gmail.com, anita.handayani@umg.ac.id

ABSTRACT

This study aims to explore the management of receivables at PT Pos Indonesia Regional V Surabaya, focusing on the control of problematic receivables, credit analysis, and collection procedures. Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews, observations, and document reviews, including aging reports of receivables. The results indicate that 74% of receivables are over six months old, reflecting inefficiencies in credit risk assessment and collection practices. To reduce problematic receivables, the implementation of more effective management strategies is recommended, such as credit feasibility analysis, a more structured credit sales policy, and strengthening internal controls. These steps are expected to stabilize cash flow and improve the quality of service to customers.

Keywords: Accounts receivable, Receivables management, Credit analysis, Collection procedures, PT Pos Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengelolaan piutang di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya dengan berfokus pada pengendalian piutang bermasalah, analisis kredit, dan prosedur penagihan. Menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan tinjauan dokumen, termasuk laporan umur piutang. Hasil menunjukkan 74% piutang berusia lebih dari enam bulan, mengindikasikan ketidakefisienan dalam penilaian risiko kredit dan praktik penagihan. Untuk mengurangi piutang bermasalah, direkomendasikan penerapan strategi pengelolaan yang lebih efektif, seperti analisis kelayakan kredit, kebijakan penjualan kredit yang lebih terstruktur, serta penguatan pengendalian internal. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menstabilkan arus kas dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Kata kunci: Piutang usaha, Pengelolaan piutang, Analisis kredit, Prosedur penagihan, PT Pos Indonesia.

PENDAHULUAN

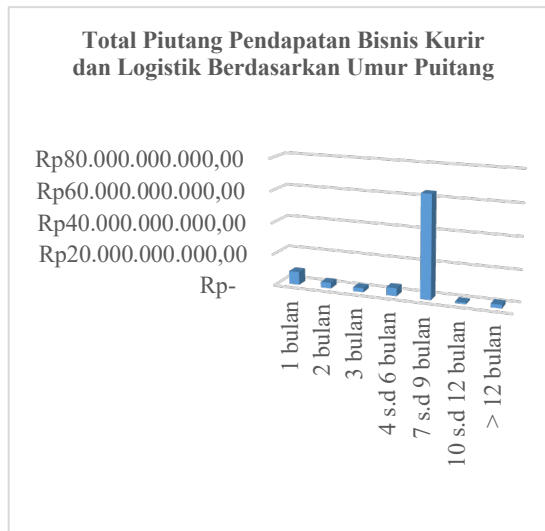
Setiap perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang sama, yaitu terus berkembang, memperoleh keuntungan, bertahan dalam persaingan, serta memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk serta layanan yang disediakan (Handayani, 2020). Pada era digital, perusahaan dalam sektor kurir dan logistik menjadi sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan, didorong oleh meningkatnya aktivitas belanja online dan kebutuhan pengiriman cepat. Perusahaan

dalam sektor ini menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat, salah satunya adalah PT Pos Indonesia Regional V Surabaya.

PT Pos Indonesia Regional V Surabaya adalah kantor regional PT Pos Indonesia yang mengelola kantor pos di wilayah Provinsi Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT). PT Pos Indonesia Regional V Surabaya memiliki tanggung jawab untuk mengelola, mengawasi, dan mengembangkan kantor pos di wilayah tersebut. Kantor regional ini mengawasi operasional pengiriman surat, paket, dan logistik lainnya, termasuk jasa keuangan seperti pengiriman uang dan pembayaran tagihan. PT Pos Indonesia Regional V Surabaya juga bertugas memastikan standar pelayanan dan pengiriman yang optimal, seperti Pos Express dan Pos Kilat Khusus, yang memiliki keterbatasan waktu pengiriman. Jasa pengiriman yang disediakan dapat membantu bisnis kecil hingga besar untuk beroperasi dengan lancar, khususnya dalam mengirim barang dan dokumen penting.

Sebagai perusahaan jasa di sektor kurir dan logistik tertua dan terlama di Indonesia, PT Pos Indonesia Regional V Surabaya perlu mempertahankan posisinya dengan mengadaptasi kebutuhan pasar modern. Faktor utama yang membuat perusahaan bertahan dalam persaingan adalah memiliki kinerja yang optimal. Kinerja perusahaan mencakup berbagai aspek, termasuk aktivitas operasional seperti pendanaan dan investasi (Santoso & Handayani, 2021:1). Peningkatan persaingan dari perusahaan baru berbasis teknologi, seperti JNE, Tiki, dan Sicepat, memberikan tekanan pada PT Pos Indonesia Regional V Surabaya untuk terus berinovasi. Strategi pemasaran yang diterapkan PT Pos Indonesia Regional V Surabaya untuk tetap relevan dan kompetitif adalah penerapan penjualan kredit. Sistem ini memudahkan pelanggan dalam bertransaksi, yang dapat menarik pelanggan baru serta meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Penjualan kredit adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah ada. (Andani & Kurniati, 2021).

Penerapan penjualan kredit pada PT Pos Indonesia Regional V Surabaya memungkinkan pelanggan membeli produk atau layanan dengan pembayaran tertunda, sehingga kepuasan pelanggan meningkat sekaligus memperluas pangsa pasar. Namun, sistem ini juga berdampak langsung pada piutang usaha perusahaan, karena tertundanya pembayaran yang kemudian dicatat sebagai aset perusahaan dalam bentuk piutang usaha. Menurut (Oktora & Marlina, 2022) piutang usaha termasuk kategori komponen terbesar dalam aktiva lancar dan memiliki porsi terbesar dalam total aset perusahaan. Piutang usaha perlu dikelola dengan teliti untuk menstabilkan arus kas, karena piutang yang tidak dapat tertagih atau pembayaran yang lambat dapat menimbulkan risiko terhadap keuangan dan menghambat likuiditas perusahaan.



Gambar 1. Grafik Piutang Jatuh Tempo Berdasarkan Aging Piutang

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan data pada gambar 1, adanya akumulasi piutang yang sangat dominan pada kategori umur 7 sampai 9 bulan. Nilai piutang kategori ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kategori umur piutang lainnya. Kondisi ini menjelaskan adanya potensi ketidakefisienan dalam manajemen piutang seperti prosedur penagihan kurang optimal, analisis kelayakan pemberian kredit yang lemah, atau kurangnya pemantauan yang berkelanjutan.

PT Pos Indonesia Regional V Surabaya telah menerapkan berbagai strategi dalam mengelola piutang, termasuk dalam kebijakan pemberian kredit dengan syarat pelanggan harus ber PKS atau melakukan perjanjian kerjasama terlebih dahulu untuk menganalisis kelayakan pembelian kredit. Namun, meskipun kebijakan ini sudah diterapkan, ada kesenjangan antara hasil yang diharapkan dengan kondisi aktual di lapangan. Temuan ini bertentangan dengan penelitian (Sugianto & Natalia, 2021) yang menyatakan bahwa pengelolaan piutang yang baik, melalui analisis kelayakan kredit terhadap calon debitur untuk mengevaluasi kemampuan debitur dalam melunasi kewajiban mereka dan meminimalkan risiko piutang tidak tertagih. Ketidakesesuaian ini mengindikasikan adanya celah antara implementasi kebijakan dengan hasil dilapangan.

Semakin tinggi jumlah piutang yang dihasilkan dari penjualan kredit, semakin besar pula risiko terjadinya piutang yang tidak dapat tertagih. Piutang yang tidak tertagih ini menjadi kerugian bagi pendapatan perusahaan. Pengendalian piutang menjadi hal penting untuk menghindari adanya kerugian akibat piutang bermasalah. Pengendalian piutang merupakan rangkaian prosedur yang dilakukan perusahaan untuk mengawasi pengelolaan piutang agar berjalan sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan. Perusahaan melakukan pengendalian piutang dengan memperhatikan semua aspek manajemen kredit, seperti prosedur pemberian kredit,

standar serta persyaratan kredit, mekanisme penagihan, dan pengumpulan biaya tambahan (Amelia & Handayani, 2024).

Secara umum, "piutang" adalah bentuk tagihan yang ditujukan kepada pihak eksternal perusahaan berupa uang, barang, maupun jasa. Namun, istilah piutang dalam akuntansi yaitu untuk menunjukkan tagihan yang akan diterima dari pihak luar perusahaan berupa uang tunai (Reviandani dan Pristiyadi, 2019:246). Menurut (Anggi Anjarsari & Handayani, 2022) piutang adalah segala jenis tagihan atau klaim yang dimiliki perusahaan terhadap pihak lain, yang penyelesaiannya dapat dilakukan dalam bentuk uang, barang, atau jasa. Piutang ini mencerminkan hak perusahaan untuk menagih pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat, yang nantinya akan diselesaikan melalui penerimaan uang.

Menurut (Ardi et al., 2019) Piutang di klasifikasikan menjadi tiga yaitu:

a. Piutang Usaha

Transaksi yang paling sering menghasilkan piutang adalah penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang jenis ini biasanya diharapkan dapat ditagih dalam jangka pendek, seperti 30 atau 60 hari, dan diklasifikasikan sebagai aset lancar dalam laporan keuangan.

b. Wesel Tagih

Wesel tagih adalah dokumen formal yang mencatat utang pelanggan secara tertulis. Selama penagihannya diperkirakan terjadi dalam waktu satu tahun, wesel tagih biasanya dikategorikan sebagai aset lancar dalam laporan keuangan.

c. Piutang Lainnya

Piutang lainnya mencakup piutang bunga, piutang pajak, serta piutang karyawan atau pekerja. Piutang ini biasanya disajikan terpisah dalam laporan keuangan, dan apabila diharapkan dapat ditagih dalam waktu satu tahun, akan dikategorikan sebagai aset lancar.

Menurut (Ayu, 2023) piutang bermasalah atau macet dapat disebabkan oleh berbagai faktor, yang dibagi menjadi dua kategori yaitu:

- a. Faktor Internal, berasal dari pihak kreditur. Beberapa penyebab internal mencakup kurangnya keteraturan dalam pemantauan persetujuan pemberian piutang yang telah ditentukan, serta kecenderungan untuk memberikan piutang tanpa adanya pedoman yang jelas terkait dengan standar kekayaan penerima piutang.
- b. Faktor Eksternal, berasal dari pihak debitur. Beberapa faktor eksternal meliputi penurunan kondisi ekonomi secara umum atau di sektor industri tempat debitur beroperasi, masalah dalam manajemen operasional perusahaan, serta kurangnya pengalaman dalam industri yang dijalankan.

Piutang bermasalah merupakan jenis piutang yang berpotensi menyebabkan kerugian bagi perusahaan karena debitur tidak bersedia atau tidak mampu

memenuhi kewajiban pembayarannya (Saputra, 2017). (Aznedra & Putra, 2020) menjelaskan bahwa kategori piutang dinilai berdasarkan kondisi piutang pada tanggal pelaporan dan dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu:

- a. Kualitas Lancar, apabila masih dalam batas waktu jatuh tempo yang ditetapkan.
- b. Kualitas Kurang Lancar, jika dalam jangka waktu satu bulan setelah Surat Tagihan Pertama diterbitkan, pelunasan belum dilakukan.
- c. Kualitas Diragukan, apabila satu bulan setelah tanggal Surat Tagihan Kedua, pelunasan masih belum diterima.
- d. Kualitas Macet, jika, dalam waktu satu bulan setelah tanggal Surat Tagihan Ketiga, pelunasan tetap belum dilakukan, atau jika piutang telah diserahkan kepada panitia urusan piutang. Piutang yang dianggap macet akan dihapuskan dan dicatat sebagai kerugian piutang, di mana jumlah piutang atau beban penghapusan akan dicatat di sisi debit, sementara piutang dicatat di sisi kredit.

Pengendalian piutang memerlukan upaya untuk memantau setiap perubahan yang terjadi, baik dari segi jumlah atau volume, waktu penyelesaian, maupun kondisi para debitur. Perusahaan juga menetapkan kebijakan piutang yang berfungsi sebagai panduan bagi unit kerja yang menangani masalah piutang perusahaan (Aznedra & Putra, 2020). Menurut (Haq & Handayani, 2024) Pengendalian internal piutang usaha merupakan langkah-langkah pencegahan yang bertujuan untuk memastikan pengelolaan piutang perusahaan dilakukan secara efisien serta meminimalkan risiko kerugian akibat tunggakan. Melalui penerapan pengendalian internal yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dalam manajemen piutang dan mengurangi kemungkinan kerugian di masa mendatang.

Menurut (Ambarwati & Hutagaol, 2022) penagihan piutang adalah proses penagihan iuran kepada peserta yang menunggak dan belum melakukan pembayaran atas barang atau jasa yang akan diterimanya. Dalam kegiatan penagihan, dokumen utama yang digunakan adalah faktur penjualan, yang memberi tahu pelanggan tentang jumlah kewajiban mereka dari transaksi yang berlangsung dan kapan jatuh tempo pembayarannya. Terdapat berbagai metode yang dapat digunakan dalam melakukan penagihan piutang, antara lain melalui surat, telepon, kunjungan personal, dan tindakan hukum.

Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan piutang di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya, dengan fokus pada mekanisme penagihan, prosedur pemberian kredit, dan kebijakan kredit yang diterapkan. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan dalam sistem pengelolaan piutang yang mungkin menghambat kinerja keuangan perusahaan, sekaligus menemukan peluang perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen piutang. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi konkret untuk mengatasi tantangan yang

dihadapi, seperti keterlambatan pembayaran, meningkatnya risiko piutang tak tertagih, serta ketidakefektifan prosedur penagihan. Solusi tersebut diharapkan tidak hanya mampu menjaga arus kas perusahaan tetap stabil tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan kredit, sehingga mampu mendukung strategi pemasaran yang lebih kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi pengelolaan piutang di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya. Studi kasus adalah jenis penelitian yang berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap fenomena tertentu (kasus) yang terjadi dalam rentang waktu dan konteks tertentu, seperti program, peristiwa, proses, institusi, atau kelompok sosial. Peneliti mengumpulkan informasi secara rinci dan komprehensif menggunakan berbagai teknik pengumpulan data selama jangka waktu yang ditentukan (Wahyuningsih, 2013).

Penelitian ini berfokus pada satu unit analisis, yaitu PT Pos Indonesia Regional V Surabaya, dengan menelaah faktor-faktor yang menyebabkan piutang bermasalah, efektivitas langkah pengendalian piutang, dan peran analisis kredit dalam mencegah piutang bermasalah di masa depan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan para informan kunci, yaitu Asisten Manajer Pengendalian Piutang dan *Person in Charge* Akuntansi. Selain itu, observasi langsung dan analisis dokumen seperti laporan aging piutang, kebijakan kredit, dan prosedur penagihan turut digunakan untuk memperoleh data yang komprehensif.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model Miles and Huberman dengan berfokus pada proses sistematis untuk mengorganisir dan memahami data kualitatif. Berdasarkan pernyataan Miles dan Huberman dalam buku (Sugiyono, 2022:321) mengungkapkan bahwasanya kegiatan pada analisis data kualitatif dilaksanakan dengan cara interaktif juga dilangsungkan dengan cara berkelanjutan hingga tuntas, kemudian data yang didapatkan telah jenuh. Validitas data dijaga melalui triangulasi teknik (Observasi, wawancara, dan dokumentasi), sehingga temuan yang dihasilkan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada PT Pos Indonesia Regional V Surabaya, piutang timbul dari transaksi penjualan kredit dengan pelanggan (mitra) yang memanfaatkan jasa pengiriman dan layanan lainnya. Untuk melakukan pembayaran secara kredit di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya, setiap pihak yang berminat harus terlebih dahulu menandatangani perjanjian kerjasama dengan perusahaan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan adanya komitmen serta kepastian hukum yang mengatur hak

dan kewajiban masing-masing pihak. Berikut adalah data rekapan piutang pendapatan bisnis kurir dan logistik PT Pos Indonesia Regional V Surabaya:

Tabel 1. Rekap Laporan Piutang PT Pos Indonesia Regional V Surabaya

PT POS INDONESIA REGIONAL V SURABAYA		
DAFTAR UMUR PIUTANG		
PERIODE 31 AGUSTUS 2024		
Hari Lewat Jatuh Tempo	Jumlah	Persentase
1 bulan	Rp 8.197.912.485,00	9%
2 bulan	Rp 3.541.571.551,00	4%
3 bulan	Rp 2.509.842.908,00	3%
4 s.d 6 bulan	Rp 4.932.616.629,00	6%
7 s.d 9 bulan	Rp 64.473.488.529,00	74%
10 s.d 12 bulan	Rp 926.279.303,00	1%
> 12 bulan	Rp 2.294.470.091,00	3%

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Kondisi piutang PT Pos Indonesia Regional V Surabaya menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi tantangan signifikan dalam penagihan piutang, terutama pada kategori piutang jatuh tempo lebih dari 6 bulan, yang jumlahnya mencapai Rp 64,4 miliar atau mencapai 74% dari total piutang. Persentase piutang yang tinggi di usia lebih dari 6 bulan ini mengindikasikan adanya keterlambatan yang besar dalam penerimaan pembayaran, yang berisiko menjadi piutang tak tertagih dan berdampak negatif pada kesehatan arus kas perusahaan. Di sisi lain, piutang pada kategori umur lainnya memiliki porsi yang jauh lebih kecil, yaitu masing-masing 9% (1 bulan), 4% (2 bulan), 3% (3 bulan), 6% (4 hingga 6 bulan), 1% (10 hingga 12 bulan), dan 3% (> 12 bulan). Meskipun kategori umur piutang lebih dari 12 bulan hanya mencakup 3% dari total piutang, nilai ini tetap perlu diwaspadai karena menunjukkan adanya piutang yang berisiko macet atau sulit tertagih. Kondisi ini menegaskan bahwa penanganan piutang secara keseluruhan membutuhkan perhatian.

Persyaratan Penjualan Kredit di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya

Pihak yang ingin melakukan pembayaran secara kredit di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya harus terlebih dahulu menyepakati dan menandatangani perjanjian kerja sama dengan perusahaan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan adanya komitmen serta kepastian hukum yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak. Sampai saat ini, PT Pos Indonesia Regional V Surabaya telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 10.000 mitra bisnis, jumlah ini menunjukkan adanya minat dan kepercayaan dari berbagai pihak terhadap layanan piutang yang disediakan. Banyaknya jumlah mitra bisnis juga mencerminkan adanya kepercayaan mitra terhadap kredibilitas PT Pos Indonesia dalam mengelola keuangan serta

kemitraan yang saling menguntungkan. Namun, di balik banyaknya jumlah mitra dan nilai kerja sama tersebut, terdapat risiko piutang yang semakin besar, terutama jika tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan yang efektif.

PT Pos Indonesia menetapkan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon pelanggan yang ingin melakukan pembayaran kredit. Persyaratan ini dirancang untuk memastikan bahwa pembayaran kredit yang diberikan dapat dikelola dengan baik dan sesuai dengan kemampuan debitur, sehingga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggannya. Dalam proses analisa kredit, PT Pos Indonesia Regional V Surabaya menggunakan formulir analisa kredit sebagai alat utama untuk menilai kelayakan calon pelanggan. Formulir ini dirancang untuk mengumpulkan data penting terkait calon pelanggan, seperti identitas pribadi, informasi kontak, dan latar belakang pekerjaan atau usaha. Selain itu, formulir ini mencakup riwayat piutang pelanggan, yaitu catatan mengenai utang-utang sebelumnya, termasuk apakah pelanggan tersebut memiliki catatan pembayaran yang lancar atau pernah mengalami keterlambatan. Bagian lain yang krusial adalah evaluasi kemampuan membayar calon pelanggan. Informasi ini biasanya diperoleh melalui analisa pendapatan, pengeluaran, dan aset yang dimiliki pelanggan untuk memastikan mereka mampu memenuhi kewajiban pembayaran kredit di masa mendatang.

Prosedur Penagihan dan Pelunasan Piutang di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya

Pada PT Pos Indonesia, prosedur penagihan dirancang untuk memastikan bahwa semua tagihan yang jatuh tempo dapat dilunasi dengan efisien dan tepat waktu. Proses ini melibatkan berbagai langkah yang sistematis, mulai dari identifikasi piutang yang harus ditagih hingga tindakan lebih lanjut jika pembayaran tidak dilakukan. Dengan adanya prosedur yang jelas dan terstruktur, perusahaan dapat meminimalkan risiko piutang macet, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, serta memastikan keberlanjutan operasional perusahaan. Berdasarkan Prosedur PT Pos Indonesia Regional V Surabaya mengenai penagihan dan pelunasan piutang, terdapat langkah-langkah terstruktur yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menagih piutang dari pelanggan. Proses penagihan ini melibatkan beberapa tahapan, sebagai berikut:

a. Pembuatan Surat Tagihan (*invoice*)

Pembuatan surat tagihan wajib dilakukan oleh Manajer Keuangan di Unit Pelaksana Teknis (UPT) pada tanggal 3 bulan berikutnya, dengan batas pelunasan tanggal 15 setiap bulan. Jika pelanggan belum melakukan pelunasan hingga tanggal jatuh tempo, maka surat tagihan kedua dibuat pada tanggal 16, dan jika masih belum lunas, surat tagihan ketiga dibuat pada tanggal 26.

b. Pemberian denda

Bagi pelanggan yang tetap tidak membayar setelah menerima *invoice* akan dikenakan denda yang sudah diatur dengan ketentuan yang jelas untuk memastikan bahwa pelanggan memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu. Denda keterlambatan akan mulai dikenakan satu hari setelah batas akhir jatuh tempo pelunasan. Jika pembayaran dilakukan setelah tanggal 15 pada bulan berikutnya, pelanggan akan dikenakan denda sebesar 1% dari saldo piutang yang jatuh tempo. Apabila pembayaran dilakukan setelah tanggal 25 bulan tersebut, denda yang dikenakan meningkat menjadi 2%. Selain itu, untuk keterlambatan pembayaran berikutnya, denda sebesar 2% per bulan dari saldo piutang yang jatuh tempo akan ditambahkan pada denda bulan-bulan sebelumnya. Namun, jika pelanggan mengirimkan surat penundaan pembayaran sebelum jatuh tempo pertama, mereka tidak akan dikenakan denda.

c. Tindakan pemberhentian kerjasama sementara

Jika pelanggan tidak membayar piutang, perusahaan akan menerapkan pemberhentian kerja sama sementara. Pemberhentian kerja sama berarti bahwa semua layanan dan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan tersebut akan ditangguhkan hingga piutang yang ada dilunasi. Proses ini dimulai setelah batas waktu pembayaran yang telah ditentukan terlewati. Penghentian kerja sama ini bertujuan untuk melindungi kepentingan perusahaan dan mendorong pelanggan agar memenuhi kewajiban pembayaran mereka. Namun, menurut salah satu responden yang penulis wawancarai, yaitu Bapak Indarto selaku Asisten Manajer Pengendalian Piutang mengatakan *“Terkadang perusahaan tidak langsung memberhentikan kerjasama walaupun piutang yang ditagih belum dibayar dikarenakan perusahaan masih mempercayai (trust) pelanggan bahwa nantinya akan dilunasi juga”*.

d. Tindakan Hukum

Apabila pelanggan tetap tidak memiliki itikad baik untuk melunasi hutangnya setelah melalui beberapa kali peringatan, perusahaan dapat melanjutkan penagihan ke jalur hukum. Langkah ini hanya dilakukan jika terdapat rekomendasi dari Divisi Hukum dan menyusul dua kali kunjungan petugas yang dihindari oleh pelanggan atau adanya tindakan tidak patuh terhadap komitmen pelunasan. Upaya tindakan hukum yang dilakukan dapat berupa proses melalui Pengadilan, Badan Lelang dan Piutang Negara, Kejaksaan dan lembaga hukum lainnya dalam penyerahan penyelesaian piutang macet.

e. Tindakan Pengawasan dan Tanggungjawab Piutang

Prosedur pengawasan dan penagihan piutang di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya melibatkan beberapa langkah strategis untuk memastikan akurasi dan efektivitas dalam pengelolaan piutang. Pertama, pihak yang bertanggung jawab akan mengawasi akurasi pertanggung

piutang dengan cara membandingkan data dari sistem aplikasi layanan pos dengan catatan akuntansi yang ada, serta mengevaluasi laporan posisi piutang. Selanjutnya, memberikan dukungan dan bantuan kepada Kepala Kantor Pos untuk menyelesaikan tunggakan piutang, termasuk petunjuk mengenai cara menyelesaikan piutang yang macet. Jika ada piutang yang belum tertagih, Kepala Kantor Pos akan diingatkan dan diberikan surat teguran untuk melakukan penagihan. Setiap bulan, paling lambat tanggal 5, Kepala Regional diharuskan mengirimkan rekapitulasi laporan piutang pendapatan, laporan kualitas piutang pendapatan, dan laporan penyisihan piutang setelah melakukan rekonsiliasi saldo piutang antar bagian kepada Vice President Bisnis. Selain itu, laporan kualitas piutang harus mencakup rekapitulasi tunggakan beserta penyebabnya, serta tindak lanjut yang telah dan akan dilakukan untuk menyelesaikan tunggakan tersebut.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia Regional V Surabaya menghadapi tantangan besar terkait piutang yang terlambat dibayar, terutama pada kategori lebih dari 6 bulan. Tingginya persentase piutang dalam kategori ini (74%) menunjukkan bahwa kebijakan penagihan yang diterapkan belum sepenuhnya efektif dalam mengurangi risiko piutang tak tertagih. PT Pos Indonesia Regional V Surabaya telah berupaya untuk mengendalikan piutang dengan berbagai cara, termasuk melengkapi dokumen tagihan seperti *invoice* dan mengirimkannya ke pelanggan yang melakukan pembayaran secara kredit. Namun, banyak pelanggan masih belum memenuhi kewajiban pembayaran setelah tagihan dikirimkan. Beberapa pelanggan masih melewati batas waktu pembayaran dengan alasan belum memiliki dana. Selain itu, ada juga pelanggan yang sengaja tidak membayar piutang karena adanya kesalahpahaman terkait perjanjian kerja sama yang kurang rinci dalam hal biaya pengiriman sehingga catatan antara jumlah piutang pada perusahaan dan pelanggan terdapat selisih.

Penjualan kredit merupakan salah satu strategi penting dalam mendukung pertumbuhan perusahaan yang sering kali membutuhkan akses modal untuk mengembangkan operasional mereka. Menurut (Kilis et al., 2021) Penjualan kredit adalah suatu bentuk transaksi di mana penjual mengirimkan barang sesuai dengan pesanan pelanggan, dan sebagai imbalannya, penjual memiliki hak untuk menagih pembayaran dari pelanggan dalam jangka waktu tertentu. Dengan memberikan fasilitas kredit, PT Pos Indonesia tidak hanya membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan modal kerja, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan likuiditas dan daya saing bisnis mereka. Akibat dari penjualan kredit, akan muncul adanya piutang usaha. Piutang memiliki peran penting bagi organisasi karena merupakan salah satu sumber daya yang terus berputar dalam operasional. Hal ini menunjukkan bahwa piutang akan berubah menjadi kas ketika pelanggan melakukan pembayaran secara bertahap (Amalia & Handayani, 2023).

Analisis Kelayakan Pemberian Kredit Menggunakan Prinsip 5C

Saat melakukan penjualan kredit diperlukan adanya analisis kelayakan pemberian kredit untuk mengukur kemampuan pelanggan dalam memenuhi kewajiban pembayaran. Ini mencakup pengumpulan data keuangan pelanggan, seperti laporan laba rugi, arus kas, dan saldo hutang. Dengan memeriksa stabilitas keuangan pelanggan, perusahaan dapat lebih akurat menilai risiko yang mungkin dihadapi dan membuat keputusan berdasarkan data. Tahapan analisa kredit yang dilakukan PT Pos Indonesia Regional V Surabaya memang mencakup aspek penting dalam menilai kelayakan kredit, seperti pengumpulan data calon pelanggan, riwayat piutang, dan evaluasi kemampuan membayar. Namun, agar sepenuhnya sesuai dengan prinsip analisis kelayakan kredit yang komprehensif, ada beberapa elemen tambahan yang sebaiknya dimasukkan. Salah satu metode yang umum digunakan dalam analisis kredit adalah prinsip 5C (Reviandani, 2021:176), yang terdiri dari lima elemen penting yaitu:

a. *Character* (Karakter)

Karakter ini menilai sifat dan reputasi calon peminjam. Pemberi pinjaman akan melihat riwayat peminjaman sebelumnya, reputasi dalam bisnis, dan legalitas usaha. Karakter yang baik menunjukkan bahwa peminjam dapat dipercaya dan memiliki komitmen untuk membayar kembali pinjaman.

b. *Capacity* (Kapasitas)

Ini mengacu pada kemampuan peminjam untuk melunasi pinjaman berdasarkan pendapatan dan arus kas yang dihasilkan dari usaha mereka. Pemberi pinjaman akan mengevaluasi seberapa baik peminjam mengelola bisnisnya dan apakah mereka memahami ketentuan pemerintahan serta dapat menjelaskan kekuatan usaha mereka.

c. *Capital* (Modal)

Modal ini menilai sumber modal yang dimiliki peminjam. Laporan keuangan akan dianalisis untuk menentukan apakah penggunaan modal sudah efektif dan efisien. Pemberi pinjaman akan melihat rasio-rasio keuangan seperti likuiditas, solvabilitas, dan rentabilitas untuk memahami kesehatan finansial peminjam.

d. *Collateral* (Jaminan)

Jaminan adalah aset yang diberikan oleh peminjam sebagai agunan untuk kredit yang diajukan. Jaminan ini harus memiliki nilai lebih tinggi dari jumlah pinjaman yang diminta, dan keabsahannya harus diteliti untuk menghindari masalah di kemudian hari.

e. *Condition* (Kondisi)

Penilaian kondisi mencakup analisis terhadap faktor-faktor ekonomi, sosial, dan politik yang dapat memengaruhi kemampuan peminjam untuk membayar kembali pinjaman. Pemberi pinjaman harus memastikan bahwa

prospek usaha calon debitur baik dalam konteks kondisi pasar saat ini dan di masa depan.

Kebijakan Penjualan Kredit

PT Pos Indonesia Regional V Surabaya dapat menerapkan kebijakan pembayaran tunai untuk pelanggan baru dalam dua atau tiga kali transaksi awal sebelum memberikan fasilitas kredit kepada pelanggan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengevaluasi rekam jejak pembayaran pelanggan, sehingga dapat diketahui apakah pelanggan memiliki riwayat pembayaran yang baik dan dapat dipercaya. Dengan cara ini, risiko kredit bermasalah dapat diminimalkan sejak awal, sekaligus membangun hubungan bisnis yang lebih solid dan berkelanjutan dengan pelanggan.

Memberikan insentif diskon bagi pelanggan yang melakukan pembayaran lebih awal dapat membantu mempercepat arus kas masuk. PT Pos Indonesia dapat mempertimbangkan kebijakan ini sebagai strategi untuk mendorong pembayaran lebih awal, misalnya dengan menawarkan diskon 1-2% jika pelanggan melunasi tagihan dalam waktu 10 hari setelah faktur diterbitkan. Penerapan kebijakan diskon ini sejalan dengan prinsip manajemen keuangan yang baik, di mana arus kas yang positif sangat penting untuk keberlanjutan operasional perusahaan. Dengan mempercepat penerimaan pembayaran, PT Pos Indonesia dapat menggunakan dana tersebut untuk investasi lebih lanjut, membayar kewajiban lainnya, atau meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, insentif ini juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena mereka merasa dihargai ketika diberikan kesempatan untuk menghemat biaya.

Namun, penting bagi perusahaan untuk melakukan analisis terlebih dahulu mengenai dampak dari kebijakan diskon ini terhadap profitabilitas. Diskon yang diberikan harus diperhitungkan dengan cermat agar tidak mengurangi margin keuntungan secara signifikan. Oleh karena itu, PT Pos Indonesia perlu melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas program diskon ini dan menyesuaikannya sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan.

Pengendalian Internal Piutang

Sistem pengendalian internal piutang di PT Pos Indonesia Regional V Surabaya menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki prosedur yang cukup sistematis untuk mengelola piutang. Proses ini mencakup pembuatan surat tagihan, pemberian denda atas keterlambatan pembayaran, hingga tindakan hukum sebagai upaya terakhir. Langkah-langkah ini dirancang untuk memastikan bahwa piutang dapat dilunasi tepat waktu dan mengurangi risiko piutang macet. Namun, meskipun prosedur telah diimplementasikan, data menunjukkan bahwa sebagian besar piutang jatuh dalam kategori umur lebih dari 6 bulan, dengan persentase mencapai 74%. Hal ini mencerminkan bahwa sistem pengendalian yang ada masih memiliki kelemahan dalam menekan jumlah piutang bermasalah.

Terkait penetapan prosedur penagihan dengan denda dan pemberhentian kerja sama sementara, perusahaan masih perlu meningkatkan ketegasan dalam melaksanakan kebijakan ini. Penghentian kerja sama dapat menjadi solusi efektif untuk menekan risiko piutang tak tertagih. Perusahaan harus menetapkan batasan yang jelas mengenai kelonggaran yang dapat diberikan kepada pelanggan, termasuk syarat dan ketentuan untuk penundaan pembayaran. Dengan cara ini, setiap permohonan penundaan harus disertai dengan dokumentasi resmi yang menjelaskan alasan dan jangka waktu penundaan.

PT Pos Indonesia juga perlu melakukan pemantauan yang lebih ketat terhadap piutang yang belum dibayar. Penggunaan sistem informasi manajemen yang efisien untuk melacak status piutang secara *real-time* akan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi piutang yang perlu ditindaklanjuti. Pentingnya memperkuat kepatuhan terhadap SOP dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan rutin kepada karyawan mengenai prosedur penagihan dan konsekuensi dari pelanggaran. Hal ini akan memastikan bahwa semua staf memahami pentingnya mengikuti prosedur yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan penulis, maka dapat disimpulkan bahwa PT Pos Indonesia Regional V Surabaya menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan piutang. Hal ini menunjukkan kurangnya efektivitas dalam proses penagihan, pemantauan, dan pengendalian piutang. Kondisi ini dapat mengancam likuiditas perusahaan serta meningkatkan risiko piutang macet jika tidak segera ditangani dengan langkah-langkah pengendalian yang lebih ketat. Pengendalian internal yang lemah, termasuk kurangnya analisis kredit yang mendalam dan kurang jelasnya kontrak perjanjian kerja sama, menjadi penyebab utama piutang bermasalah. Selain itu, proses penagihan yang tidak terstruktur, serta kurangnya sanksi tegas terhadap pelanggan yang menunda pembayaran, turut memperburuk situasi. Hal ini menekankan pentingnya implementasi kebijakan yang jelas dan pengawasan yang konsisten untuk menjaga kestabilan keuangan.

Penulis juga menyarankan pembaca untuk menerapkan temuan penelitian ini jika mereka menghadapi kondisi yang serupa dengan temuan dalam penelitian ini. Penulis juga merekomendasikan untuk melanjutkan penelitian ini dengan mengembangkan model pengendalian piutang yang relevan dengan masalah piutang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., & Handayani, A. (2023). Analisis Pengendalian Intern Piutang untuk Meminimalkan Resiko Piutang Tak Tertagih pada PT X. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 8(1), 92–98.

- Ambarwati, K., & Hutagaol, L. H. (2022). Evaluasi Sistem Penagihan Piutang Usaha Pada PT Dua Putra Perkasa Pratama. *Universitas Bina Insani; Jl. Raya Siliwangi*, 7(1), 82400924.
- Amelia, I. R., & Handayani, A. (2024). Analisis Sistem Pengendalian Intern Pelayanan Jasa Dan Piutang Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Malang. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 37–46. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i1.4434>
- Andani, D., & Kurniati, N. (2021). Prosedur Penjualan Kredit Pada Perseroan Terbatas (PT) Sinkona Indonesia Lestari. *The World of Financial Administration Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.37950/wfaj.v3i2.1195>
- Anggi Anjarsari, T., & Handayani, A. (2022). Analisis Sistem Pengendalian Internal Penerimaan Piutang Dalam Meminimalkan Piutang Tak Tertagih (Bad Debt) di PTWakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 96–107. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.504>
- Ardi, M., Tusholihah, M., Setiajatnika, E., & Amran, S. (2019). *Sistem Akuntansi Piutang Teori dan Aplikasi*. Syntax Computama.
- Ayu, R. (2023). Analisis Sistem Pengendalian Piutang Terhadap Piutang Tak Tertagih pada PT. Abadi Sakti Mitra Mandiri. *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 911–924. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1516>
- Aznedra, & Putra, R. E. (2020). Analisis Pengendalian Piutang Tak Tertagih Berdasarkan Umur Piutang Terhadap Kinerja Laporan Keuangan Pada Pt. Bestindo Persada. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 14(2), 35–44. <https://doi.org/10.33373/mja.v14i2.2875>
- Handayani, A. (2020). Struktur Modal Perusahaan Rokok Di Indonesia. *Accounting and Management Journal*, 4(2), 95–104. <https://doi.org/10.33086/amj.v4i2.1626>
- Haq, A. N., & Handayani, A. (2024). Analisis Pengendalian Intern Piutang Dalam Meminimalkan Risiko Piutang Tak Tertagih Pada Pt Xyz. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 69–83. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i1.34028>
- Kilis, S. K., Elim, I., & Latjandu, L. D. (2021). Evaluasi Pengendalian Intern Terhadap Penjualan Kredit pada PT. Amarta Multidynamika Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 16–22.
- Oktora, B., & Marlina, L. (2022). Analisis Peran Internal Audit Pada Pengendalian Internal Piutang Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Meulaboh. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2018), 1349–1358.
- Reviandani dan Pristiyadi. (2019). *Pengantar Akuntansi* (1st ed.). Indomedia Pustaka.
- Reviandani, W. (2021). *Analisis Laporan Keuangan* (Pertama). Indomedia Pustaka.

- Santoso, R. A., & Handayani, A. (2021). *MANAJEMEN KEUANGAN: KEPUTUSAN KEUANGAN JANGKA PANJANG* (Syaiful & A. Kurniawan (eds.); 3rd ed.). UMG Press.
- Saputra, T. S. (2017). Analisis Penanganan Piutang Bermasalah Pada Pt Csul Finance Cabang Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(2), 124–127. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v8i2.312>
- Sugianto, J., & Natalia, E. Y. (2021). Pt Aneka Tata Niaga. *Analisis Prosedur Pemberian Kredit Dan Penagihan Piutang Dalam Meminimalkan Piutang Tidak Tertagih Pada Pt Aneka Tata Niaga*, 3.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Wahyuningsih, S. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya. In *UTM PRESS Bangkalan - Madura* (1st ed.). UTM PRESS.