

ANALISIS PENGENDALIAN PIUTANG PT. KLM

Oleh :

Yuyun Istifadah,

Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email : yuyunistifadah33@gmail.com

Anita Handayani,

Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email : anita.handayani@umg.ac.id

Article Info

Article History :

Received 16 Des - 2022

Accepted 25 Des - 2022

Available Online

30 Des – 2022

Abstract

The purpose of this research is to identify and evaluate the accounts receivable control system adopted by PT KLM. This research is conducted using qualitative methodology. There are both primary and secondary data used. Using interview and observation tactics to obtain data from store managers, cashiers, and billing parties for the purpose of publishing articles. This investigation was done at the PT KLM office in Lamongan, East Java. On the basis of the findings, the authors conclude that the implementation of internal control at PT KLM is less successful at regulating its receivables, as indicated by inadequate control, supervision, monitoring, and risk assessment. Several internal and external forces have contributed to this. However, PT. KLM's knowledge, communication, and control environments are adequate.

Keyword :

Accounts Receivable; Internal

Control; Accounts Receivable

Control Analysis.

1. PENDAHULUAN

Dunia usaha di Indonesia saat ini semakin berkembang, terlihat dari semakin banyaknya perusahaan baru yang didirikan. Secara umum tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk berkembang, memperoleh keuntungan, menjamin kelangsungan hidup, dan menyenangkan konsumen melalui produk dan jasa perusahaan dari perusahaan itu sendiri dalam melakukan persaingan agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien di masa yang akan datang (Handayani, 2020). Sistem pengendalian internal perusahaan merupakan komponen penting karena tanpa itu, bisnis tidak dapat beroperasi secara efektif. Piutang adalah uang yang akan ditagih kepada pelanggan sebagai akibat dari penjualan atau penyediaan produk dan jasa kepada pelanggan saat ini, yang mengakibatkan klaim kepada pelanggan dan pihak lain di masa depan.

PT KLM merupakan badan usaha komersial yang melakukan transaksi penjualan secara tunai dan kredit. Metode pembayaran kredit memiliki dampak besar pada frekuensi piutang tertagih dan tidak tertagih. Lambatnya metode pembayaran tersebut berdampak pada vitalitas perusahaan, yang penting karena meningkatkan piutang dan meningkatkan bahaya piutang tak tertagih. Berikut adalah table piutang pada PT KLM:

Tahun	Piutang Tertagih	Piutang Tak Tertagih
2019	Rp 462.806.700,00	Rp 70.226.571,00
2020	Rp 502.371.666,00	Rp 140.808.702,00
2021	Rp 583.086.382,00	Rp 260.007.674,00

Tabel 1. Data Piutang pada PT KLM

Pada tabel di atas, jumlah piutang tak tertagih meningkat dari tahun ke tahun, tahun 2019 sebesar Rp 70.226.571, tahun 2020 sebesar Rp 140.808.702, dan tahun 2021 sebesar Rp 260.077.674. Di sisi lain, piutang yang berhasil ditagih PT KLM setiap tahunnya terus meningkat. Tahun 2019 sebesar Rp. 462.806.700; pada tahun 2020 menjadi Rp. 502.371.666; dan pada tahun 2021 menjadi Rp. Oleh karena itu, sistem pengendalian internal piutang memegang peranan penting dalam menjaga stabilitas dan efisiensi arus kas perusahaan.

Sistem pengendalian internal menggabungkan struktur organisasi, teknik, dan tindakan untuk melindungi aset organisasi, memverifikasi kebenaran dan ketergantungan data akuntansi, meningkatkan produktivitas, dan memastikan aturan manajemen dipatuhi (Mulyadi, 2016). Perusahaan harus memiliki sistem pengendalian

internal piutang yang kompeten. Jika perusahaan memiliki sistem pengendalian internal piutang yang efektif, hal itu akan berdampak pada keberhasilan penjualan kreditnya. Begitu pula sebaliknya, jika terjadi pengabaian dalam sistem pengendalian internal piutang, seperti penumpukan piutang tak tertagih, dapat berakibat fatal bagi perusahaan.

Terdapat risiko penebusan terkait dengan terjadinya berbagai piutang usaha, baik piutang usaha yang dapat dipulihkan maupun piutang usaha yang tidak dapat dipulihkan. Piutang tak tertagih adalah salah satu risiko yang harus ditanggung perusahaan. Tanpa manajemen penjualan kredit yang ketat, tujuan awal perusahaan untuk mendongkrak keuntungan akan berubah menjadi kerugian. Untuk mengurangi kerugian piutang tak tertagih dan bahaya penipuan dalam penagihan piutang, organisasi penjualan kredit memerlukan sistem pengendalian internal yang efektif.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kebijakan Penjualan Kredit

Kredit dapat diartikan bahwa pihak pertama memberikan prestasi berupa uang, produk, uang, atau jasa kepada pihak lain, dengan imbalan prestasi akan diterima kemudian (dalam jangka waktu tertentu) (Ngingang: 2019). Penjualan kredit adalah taktik komersial yang dirancang untuk menarik minat dan daya beli klien yang diantisipasi untuk meningkatkan hasil penjualan. Kebijakan kredit adalah perencanaan langkah-langkah yang diputuskan oleh kepemimpinan yang berkaitan dengan penjualan produk secara kredit. Adapun komponen kebijakan kredit menurut Fadil, dkk (2016) meliputi :

1. Syarat kredit, dengan dilakukannya penjualan kredit maka syarat penjualana harus menentukan secara jelas mengenai jangka waktu kredit, potonga tunai dan periode potingan serta jenis kredit.
2. Analisis kredit, dalam hal ini biasanya menggunakan analisis 5C yakni *character*, *capacity*, *capital*, *collateral*, dan *condition*. Dan analisis 7P yakni *Personality*, *Party*, *Purpose*, *Prospect*, *Payment*, *Protability*, dan *Protection*.
3. Kebijakan penagihan piutang yang digunakan perusahaan mempunyai tanggung jawab dalam pengumpulan piutang agar menjadi kas, oleh karena itu kebijakan penagihan yang ditentukan harus tepat.

Syarat Penjualan Kredit

Persyaratan kredit adalah persyaratan untuk penagihan piutang dari konsumen. Pembatasan ini termasuk jangka waktu pemberian kredit dan

diskon moneter, selain kebutuhan khusus lainnya (Wardiningsih: 2020). Ketentuan kredit ini dapat berpengaruh pada volume penjualan, sehingga korporasi harus memutuskan apakah akan memperpanjang jangka waktu kredit atau tidak. Selain itu, penting untuk mengamati perilaku lawan. Jika pesaing saingan juga memperpanjang waktu pengembalian, kemungkinan perusahaan tidak akan melampaui pesaing. Selain persyaratan kredit dalam bentuk persyaratan kredit, bisnis seringkali memberikan insentif uang tunai untuk mempromosikan penjualan. Diskon tunai ditawarkan untuk mempercepat pemulihan piutang, sehingga mengurangi biaya yang terkait dengan piutang.

Prinsip-Prinsip Pemberian Kredit

Analisis kredit adalah prosedur analitis yang dilakukan oleh korporasi untuk mengevaluasi permohonan kredit debitur. Individu atau pemohon kredit potensial harus dievaluasi berdasarkan kemungkinan kredit macet atau pembayaran terlambat. Penganalisaan untuk memberikan kredit berdasarkan prinsip 5C (Reviandani:2021) yaitu :

1. *Character* (Watak), merupakan sifat atau watak seseorang dalam hal ini calon debitur. Manfaat dari penilaian soal karakter ini untuk mengetahui sampai sejauh mana tingkat kejujuran dan integritas serta tekad baik yaitu kemauan untuk mengetahui kewajiban-kewajiban penerima kredit.
2. *Capacity*(Kapasitas), merupakan suatu penilaian kepada calon penerima kredit mengenai kemampuan melunasi kewajiban-kewajibannya dari kegiatan usaha yang dilakukan atau yang akan dilakukannya yang dibiayai dengan kredit. Dilihat dari bagaiman anasabah tersebut menjalankan usahanya atau seerapa besar penghasilan yang diterima tiap bulannya.
3. *Capital*/(Modal), merupakan menggambarkan kemampuan calon pelanggan dalam mengelola usahanya. Maksudnya adalah dengan menilai kemampuan nasabah dalam membayar kredit yang telah diberikan oleh perusahaan. yang bisa dilihat dari pengalaman selama mengelola usaha.
4. *Collateral*(Jaminan), menggambarkan jaminan yang dimiliki pelanggan, jaminan ini digunakan untuk cadangan bilamana pelanggan tidak bisa membayar kewajibannya sehingga jaminan ini merupakan salah satu pengganti masalah kerugian piutang perusahaan.namun, jaminan tersebut harus ditelitikeabsahanya sehingga jika terjadi suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

5. *Conditions*(Kondisi Ekonomi), dalam menilai kredit hendak juga dinilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan di masa yang akan datang sesuai sektor masing-masing, serta prospek usaha dari sektor yang ia jalankan. Penilaian prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan kredit tersebut bermasalah *relatif kecil*".

Piutang

Piutang adalah tagihan yang timbul dari penjualan kredit barang dan jasa (Setiati: 2010). Piutang adalah permintaan kepada konsumen dan pihak lain untuk memperoleh uang, produk, dan jasa di masa depan, berdasarkan penyerahan barang atau jasa saat ini (Suroño: 2016).

Menurut definisi piutang para ahli, piutang adalah uang yang akan diperoleh kembali dari pelanggan sebagai akibat dari penjualan atau penyerahan produk dan jasa kepada pelanggan pada saat ini, yang akan menimbulkan tuntutan kepada pelanggan atau pihak lain di masa mendatang.

Faktor yang mempengaruhi jumlah piutang (Riyanto:2013)adalah:

1. Volume Penjualan Kredit

Volume penjualan kredit kepada pelanggan merupakan penentu utama dari besarnya investasi piutang. Volume penjualan yang besar akan menghasilkan investasi yang besar dalam piutang. Dengan kebijakan volume penjualan kredit, bisnis harus menyisihkan modal yang cukup besar untuk mempertahankan operasinya. Selain sejumlah besar investasi yang tertanam dalam piutang sebagai akibat dari strategi volume penjualan kredit, perusahaan akan menghadapi risiko yang besar, tetapi juga akan menghasilkan keuntungan yang besar.

2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit

Penjualan yang dilakukan secara kredit seringkali menyertakan tanggal jatuh tempo dan diskon yang diperoleh pelanggan, meskipun ada pengecualian, seperti ketentuan pembayaran yang diberlakukan oleh bisnis. Ketentuan pembayaran ini mengatur bahwa Anda akan menerima diskon 2% jika konsumen membayar transaksi penjualan kredit dalam waktu lima hari sejak tanggal transaksi. Namun, jika 5 hingga 30 hari telah berlalu setelah pembelian, konsumen tidak akan menerima diskon. Penting untuk dicatat bahwa jika jangka waktu kredit terlalu lama, maka diperlukan investasi yang lebih besar pada piutang tersebut.

3. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit

Pelanggan yang ingin melakukan pembelian dengan menggunakan pulsa akan dikenakan limit kredit dengan jumlah tertentu. Selain itu, batas kredit didasarkan pada ukuran bisnis klien serta jumlah kepercayaan pelanggan yang telah dibangun oleh perusahaan. Ketika batas kredit perusahaan dinaikkan, jumlah kas yang diinvestasikan dalam 10 piutang juga meningkat. Di sisi lain, jangka waktu kredit yang dapat diperpanjang diperbolehkan menjadi lebih pendek ketika terdapat lebih sedikit investasi kas dalam piutang.

4. Kebijakan Pengumpulan atau Penagihan Piutang

Baik secara aktif maupun pasif menjalankan program penagihan piutang adalah pilihan yang layak untuk bisnis. Perusahaan yang menerapkan kebijakan penagihan piutang aktif akan menggunakan kas yang lebih besar untuk membiayai program tersebut. Ini karena kebijakan penagihan piutang yang aktif menghasilkan lebih banyak pendapatan. Sekalipun korporasi harus membayar banyak uang, masih ada kemungkinan beberapa akun mereka tidak dapat dipulihkan. Penagihan piutang secara aktif dapat dilakukan dengan kerjasama dengan lembaga keagenan seperti bank, debt collector, dan badan lainnya. Jika perusahaan memilih untuk menerapkan strategi pengumpulan piutang secara pasif, tentu saja perusahaan akan mengalami biaya yang lebih rendah; namun demikian, bahaya tidak tertagihnya piutang akan semakin tinggi, yang akan mengakibatkan investasi dana yang lebih besar pada piutang. Pada umumnya pelaku bisnis biasanya berharap agar pelanggannya dapat melakukan pembayaran tepat waktu sesuai dengan jangka waktu atau jangka waktu tertentu yang telah disepakati.

5. Kebiasaan Pembayaran Pelanggan

Aturan penjualan kredit diterapkan dengan harapan pembeli akan melakukan pembayaran dalam jangka waktu yang ditentukan. Dengan menawarkan diskon, nasabah diharapkan dapat melakukan pembayaran lebih cepat, sehingga lebih cepat konversi uang investasi dalam piutang menjadi uang tunai atau tunai.

Resiko Kerugian Piutang

Semakin besar perputaran piutang, semakin kecil jumlah modal kerja yang dikeluarkan dalam piutang tersebut; sebaliknya jika perputaran piutang minimal maka akan terjadi overinvestment. (Pundissing, 2018) Berikut adalah risiko kerugian terkait piutang yang dihadapi perusahaan:

1. Tidak dibayarnya seluruh tagihan piutang

Risiko ini akan terjadi jika seluruh jumlah piutang tidak dapat ditagih dengan cara apapun. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, antara lain salah dalam memilih calon konsumen yang mengakibatkan pelaku usaha menawarkan kredit kepada nasabah yang tidak mampu membayar tagihannya, serta stabilitas ekonomi dan kondisi yang tidak dapat diprediksi sehingga tidak dapat mengembalikan piutang.

2. Tidak dibayarnya sebagian piutang
Terdapat kemungkinan perusahaan mengalami kerugian dan pengurangan pendapatan jika piutang tidak dibayar pada saat jatuh tempo, terutama jika jumlah piutang yang diterima kurang dari harga pokok penjualan.
3. Keterlambatan pelunasan piutang
Jika pelanggan terlambat membayar piutang, perusahaan harus membayar dana tambahan sebagai biaya penagihan, yang dapat mengakibatkan penurunan kas perusahaan yang tersedia. Jika dana tambahan ini harus didanai melalui pinjaman, akan ada kenaikan biaya terkait.
4. Tidak tertanamnya modal dalam piutang
Dengan tingkat perputaran piutang yang menurun, jumlah modal kerja yang terkandung dalam piutang mungkin meningkat, yang menyebabkan inefisiensi modal kerja yang diinvestasikan.

Upaya Mempercepat Pengumpulan Piutang

Langkah-langkah yang dapat diambil untuk mempercepat pengumpulan piutang adalah sebagai (Setiati:2010) berikut :

1. Memberikan diskon kepada pelanggan yang membayar tunai atau dalam jangka waktu yang lebih singkat. Perusahaan dapat menawarkan diskon untuk mendorong pelanggan membayar tunai atau dalam jangka waktu yang lebih singkat.
2. Secara intensif mengupayakan pengumpulan piutang, antara lain:
 - a. Pengiriman nota
Pendekatan ini dimaksudkan untuk menawarkan informasi kepada pelanggan tentang kewajiban yang harus dibayar serta tanggal jatuh tempo pembayaran. Disarankan agar upaya dilakukan untuk memberikan pemberitahuan ini tidak lebih dari sepuluh hari sebelum tenggat waktu, karena ini akan memudahkan pelanggan untuk mengatur data yang diperlukan.
 - b. Kunjungan personal
Teknik penagihan piutang dengan melakukan kunjungan pribadi atau

pribadi ke lokasi nasabah yang berutang merupakan salah satu yang sangat sering digunakan karena dianggap sangat berhasil dalam proses penagihan piutang.

- c. Melalui surat
Sebuah surat peringatan mungkin dikirim ke pelanggan oleh perusahaan jika tanggal jatuh tempo pembayaran utang yang timbul sebagai akibat dari berlangganan telah berlalu selama beberapa hari tetapi pembayaran belum dilakukan. Jika pembayaran tidak dibayar sebagai tanggapan atas surat teguran awal, surat teguran kedua dapat dikirimkan.
- d. Melalui telepon
Metode penagihan ini digunakan jika konsumen telah mengabaikan surat peringatan petugas kredit dan belum membayar tagihan, petugas kredit dapat menghubungi pelanggan untuk meminta pembayaran mendesak melalui telepon.
- e. Tindakan yuridis
Jika pelanggan menolak untuk membayar kewajibannya, perusahaan dapat mengambil tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata ke pengadilan.

Pengendalian Internal

Pengendalian intern adalah seperangkat kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk melindungi kekayaan atau aset perusahaan dari segala bentuk penyalahgunaan, menjamin tersedianya informasi akuntansi yang akurat bagi perusahaan, dan memastikan bahwa semua ketentuan (peraturan) hukum/undang-undang dan kebijakan manajemen telah dipatuhi atau diterapkan secara efektif. Pengendalian internal merupakan kumpulan kebijakan dan prosedur yang diikuti oleh setiap karyawan perusahaan (Hery: 2014). Rencana peraturan termasuk peraturan di bidang-bidang seperti perpajakan, keuangan, hukum bisnis, dan undang-undang anti-korupsi. Setelah menerapkan sistem pengendalian internal yang ketat, diharapkan seluruh proses operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar ke arah maksimalisasi keuntungan. Bahkan, tidak hanya dalam hal kegiatan bisnis yang akan dilakukan secara teratur dan efisien sesuai aturan, tetapi juga dalam hal status keuangannya, yang dapat dipantau secara efektif oleh perusahaan.

Prinsip pengendalian internal dalam perusahaan menerapkan beberapa prinsip, sebagai berikut (Silviana:2020):

1. Tanggung jawab adalah pemberian tugas tertentu kepada setiap karyawan. Diharapkan

para personel melakukan tugasnya sesuai dengan apa yang telah ditugaskan.

2. Pemisahan tugas merupakan pemisahan fungsi atau pembagian kerja
3. Dokumentasi transaksi harus dibuat pada saat transaksi terjadi. Dokumen dapat memberikan bukti transaksi komersial atau peristiwa ekonomi yang telah selesai dengan tanda tangan orang yang bertanggung jawab atas transaksi atau kejadian tersebut, yang dapat dengan mudah diidentifikasi.

Pengendalian internal perusahaan terdiri dari perencanaan organisasi dan proses serta prosedur yang terkoordinasi untuk melindungi aset, memverifikasi kebenaran dan ketepatan data keuangan, memastikan efisiensi operasional, dan mematuhi peraturan yang ditentukan. Bagian pengendalian internal berikut harus dibuat dan dilaksanakan oleh manajemen perusahaan sesuai dengan teori COSO:

1. Lingkungan pengendalian perusahaan atau organisasi terdiri dari sarana dan prasarana yang diperlukan untuk menerapkan sistem pengendalian internal yang efektif. Ini melibatkan peran manajemen senior untuk mengartikulasikan pentingnya integritas dan perilaku tidak etis yang tidak dapat diterima.
2. Mengontrol operasi adalah metode untuk mengurangi kejadian penipuan; manajemen harus mengembangkan aturan dan proses untuk mendeteksi risiko perusahaan.
3. Untuk melakukan Penilaian Risiko, perusahaan harus mengidentifikasi dan menilai variabel yang menghasilkan risiko bisnis dan menentukan cara mengelolanya.
4. Informasi dan komunikasi, sistem pengendalian intern harus disebarluaskan dan dikomunikasikan kepada seluruh insan perusahaan, dari atas ke bawah.
5. Pemantauan adalah proses pemantauan sistem informasi akuntansi untuk segera mengambil tindakan perbaikan jika terjadi kesalahan.

3. METODE PENELITIAN

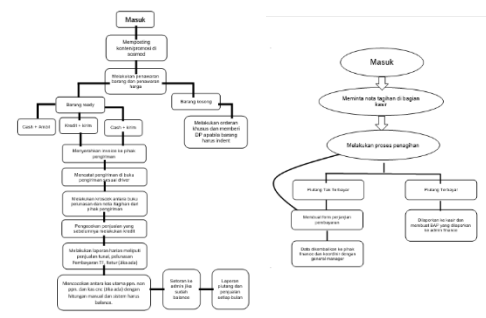
Penelitian ini menggunakan metode inkuiri kualitatif. Menurut (Nasir, 2010), metodologi penelitian kualitatif sering disebut dengan metode deskriptif analisis, yaitu metode yang digunakan untuk mengkaji status kelompok manusia, objek, kondisi, pola pikir sekelompok peristiwa pada masa sekarang atau suatu masa. deskripsi fakta yang sistematis, aktual dan akurat, ciri-ciri hubungan antara fenomena yang diselidiki dari PT KLM, yang kemudian disusun untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu.

Penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi, observasi, dan studi literatur untuk memperoleh data. Dimana dilakukan wawancara tanya jawab langsung dengan kasir, pihak billing, dan store manager PT KLM. Sementara teknik pengumpulan data lainnya mengandalkan metode dokumentasi, yaitu memperoleh data tekstual yang relevan dari laporan keuangan PT KLM, metode dokumentasi digunakan dengan pendekatan ini. Selain itu, pengamatan dicatat pada saat konsumen mendekati kasir untuk melakukan transaksi kredit atau penyelesaian piutang. Untuk tinjauan literatur, sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah yang sedang dibahas disusun. Data yang diperoleh kemudian akan diperiksa dengan menggunakan model interaktif dan akan dibuatkan rekomendasi tentang pengendalian piutang.

Peneliti menggunakan Member Check, yaitu proses verifikasi data yang dikumpulkan oleh peneliti yang menyumbangkan data, untuk memeriksa kebenaran data (Sugiyono, 2016). Tujuan dari penelitian ini menggunakan member check adalah untuk menentukan sejauh mana data yang diambil sesuai dengan informasi yang diberikan oleh sumber data. Member Check juga dirancang untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan dan digunakan untuk menulis laporan konsisten dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber data atau informan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Pengendalian Piutang PT KLM



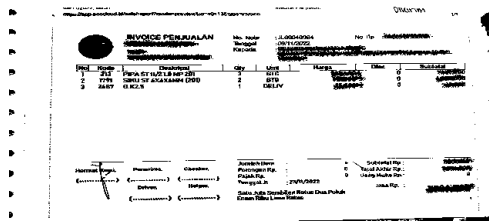
Gambar 1 : Flowchart dari penerimaan pesanan sampai dengan penagihan piutang

Keterangan :

1. Bagian kasir/marketing menerima pesanan baik secara tunai maupun kredit.
2. Hanya pelanggan yang *loyalty* yang dapat mengajukan pembelian secara kredit. Jika pelanggan hendak melakukan kredit maka pihak kasir akan meminta persetujuan ke pihak *store manager* atau *general manager*.
3. Setelah menerima konfirmasi jawaban yang menerangkan persetujuan pembelian kredit, maka pesannya akan di proses lebih lanjut.
4. Untuk pembayaran secara kredit maka pihak *customer* diharuskan melakukan pembayaran

Umur Piutang	Total Piutang
0-30 hari	Rp 102.875.000
31-60 hari	Rp 68.408.200
61-90 hari	Rp 88.794.474
91-120 hari	Rp -
121-150 hari	Rp -
151-180 hari	Rp -
>180 hari	Rp 583.086.382
Total	Rp 843.164.056

sekurangnya 30% dari harga penjualan.



Gambar 2 Invoice Penjualan

- Lalu pihak kasir dibuatkan *invoice* yang terdiri dari 3ply (putih, merah, dan kuning). Jika pembayaran dilakukan secara tunai, maka *customer* akan menerima *invoice* yang berwarna putih sedangkan yang lainnya untuk pengarsipan. Namun jika pembayaran dilakukan secara kredit, maka *customer* akan menerima *invoice* yang berwarna merah jika

Tahun	Total Piutang	Piutang Tak Tertagih	Presentase Piutang Tak Tertagih
2019	Rp 533.033.271	Rp 70.226.571	13,17%
2020	Rp 643.180.368	Rp 140.808.702	21,89%
2021	Rp 843.094.056	Rp 260.007.674	30,84%

kredit sudah terbayar lunas maka *invoice* putih akan diberikan ke *customer* tersebut.

- Barang dikirimkan ke *customer* dan akan dilakukan penagihan sesuai batas waktu yang ditentukan sesuai perjanjian.

Berdasarkan uraian *flowchart* di atas, piutang dagang dihasilkan dari penjualan kredit setelah klien menerima barang. Untuk mengategorikan tunggakan piutang dan piutang tidak tertagih, PT KLM menghitung persentase kenaikan tahunan piutang tak tertagih dan menghitung umur piutang. Berikut merupakan daftar presentase piutang tak tertagih dan keterlambatan pembayaran :

Tabel 2. Daftar piutang dan Piutang Tak tertagih PT. KLM

Tabel 3. Perhitungan Umur Piutang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan hasil *membercheck* dari wawancara ketiga informan, mereka menyampaikan hal yang serupa mengenai pengendalian dan pemberian kredit dalam PT. KLM yang telah dilaksanakan, sistem pengendalian piutang pada PT KLM belum memadai. Masih terdapat proses pemberian piutang yang kurang maksimal. Pengumpulan piutang menurun pada tahun 2019-2021 yang dikarnakan oleh faktor internal dan eksternalnya. Sehingga membuat lemahnya pengendalian, pengawasan, dan pemantauan terhadap resiko yang diterima.

Faktor-Faktor Penyebab Piutang Macet

Menurut hasil penelitian PT. KLM ada dua penyebab meningkatnya jumlah piutang yang tak tertagih/ piutang macet, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Berdasarkan hasil penelitian, PT. KLM belum memenuhi standar pemberian persetujuan pinjaman kepada konsumen, yang menunjukkan bahwa perusahaan pemberi pinjaman hanya mempertimbangkan beberapa faktor dan kurang memperhatikan persyaratan kredit. Hal ini disebabkan kurangnya kepatuhan terhadap SOP untuk penerbitan kredit kepada klien.

b. Faktor Eksternal

Hasil berdasarkan riset dan penelitian PT. KLM, dapat dilihat dari kenaikan piutang tak tertagih dua kali lipat dari sebelumnya serta proses pengumpulan piutang yang melebihi jangka waktu yang diberikan, jangka waktu pemberian piutang yang diberikan oleh PT. KLM ini 30-45 hari. Pada tahun 2019, presentase piutang tak tertagih 13,17% dari jumlah piutangnya Rp. 533.003.271,00 yang disebabkan perusahaan kurang efektif dalam pelaporan piutangnya. Pada tahun 2020, presentase piutang tak tertagih meningkat sebesar 21,89% dengan total piutang naik menjadi Rp. 643.180.368,00 dan piutang tak tetagih naik Rp. 140.808.702,00 kenaikan disebabkan penagihan tidak seefektif tahun sebelumnya dan tahun tersebut bertepatan dengan adanya wabah covid-19 yang membuat penurunan perekonomian masyarakat. Pada tahun 2021, presentas epiutang tak tertagihnya adalah 30,84% dimana total piutangnya mengalami kenaikan menjadi Rp. 843.094.054,00 dan piutang tak tertagihnya sebanyak Rp. 260.007.674,00 berhubungan dengan mulai meredanya wabah

covid-19 sehingga banyak pelanggan baru yang menjadi nasabah aktif. Salah satu cara untuk mengelola arus kas perusahaan adalah dengan mengurangi permintaan. Dengan data tersebut Faktanya penerimaan piutang yang sesuai dengan jangka waktu yang diberikan sebesar Rp. 171.283.200,00 sedangkan dalam jangka waktu lebih dari yang ditentukan sebesar Rp. 671.880.856,00 . Keterlambatan tersebut disebabkan oleh pelanggan yang kurang kooperatif. Disaat pihak penagihan (*debtcollector*) mendatangi rumahnya pelanggan tidak ada dirumah atau sedang berada diluar kota, alasan lainnya palanggan yang diberi kredit mengalami kebangkrutan usaha. Oleh karena itu perusahaan harus lebih berhati-hati dan teliti dalam pemberian kreditnya dengan lebih memperhatikan analisis 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Conditions*).

Upaya yang dilakukan dalam penagihan piutang :

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak kasir upaya yang telah dilakukan untuk mempercepat pengumpulan piutang yakni:

1. Menghubungi pelanggan lewat telepon. Bagian kasir membantu proses penagihan dengan melakukan panggilan telepon maupun *whatsapp* jika sudah mendekati jatuh tempo. Jika pelanggan lokasinya jauh maka pihak PT KLM menerima pembayaran pelunasan piutang dengan cara tunai maupun transfer bank.
2. Menugaskan bagian penagihan untuk mendatangi rumah pelanggan.
3. Jika pelanggan yang sudah dilakukan penagihan berkali-kali dengan melebihi jatuh tempo maka akan membuat surat perjanjian bermatrai agar pelanggan bertanggung jawab secara hukum.
4. Menitipkan nota piutang ke supir yang mengirimkan barang searah rumah pelanggan yang melakukan piutang.
5. Menurunkan limit pinjaman

Peningkatan penerapan dalam system pengendalian piutang

Berdasarkan penelitian dan pengamatan tentang pengendalian piutang, manajemen piutang tak tertagih yang efektif didukung dengan membandingkan hasil penelitian dengan ide-ide saat ini. Menurut COSO, PT. Kontrol KLM terdiri dari lima elemen berikut: lingkungan kontrol, aktivitas kontrol, penilaian risiko, informasi dan komunikasi, dan pemantauan:

1. Lingkungan Pengendalian
PT. Struktur organisasi KLM telah dituangkan dalam kertas dengan wewenang,

pertanggungjawaban, dan pelaporan yang jelas, karena struktur organisasi di dalam korporasi sangat penting. Struktur organisasi yang ada tampaknya mampu menerapkan pengendalian yang efektif dan penting bagi keberadaan perusahaan. Norma etika, larangan, dll. Semua peraturan perusahaan dituangkan dalam perjanjian kerja dan disampaikan kepada seluruh pekerja.

2. Kegiatan pengendalian
Selain mendefinisikan dan menegakkan aturan dan prosedur untuk menjamin bahwa langkah-langkah untuk mengatasi risiko dilakukan secara efisien, kegiatan pengendalian terdiri dari tindakan penting untuk mengurangi risiko. Pengamatan di PT. KLM menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tugas yang terdefinisi dengan baik, sehingga akuntansi laporan keuangannya mudah.
3. Penilaian risiko
Berdasarkan observasi di PT. KLM, penilaian risiko kredit dilakukan untuk meminimalkan risiko kredit yang belum dibayar dan kredit lancar yang tidak dapat ditagih. Perusahaan telah mengambil langkah-langkah untuk mengevaluasi risiko kredit dan menetapkan batas utang maksimum bagi konsumen. Ketika konsumen mencapai batas kredit, sistem akan berhenti berfungsi dan pelanggan tidak dapat lagi mengajukan kredit. Korporasi melakukan penilaian risiko dengan menurunkan batas pinjaman.
4. Informasi dan komunikasi
Berdasarkan temuan observasi terhadap implementasi sistem informasi dan komunikasi, PT. KLM telah menunjukkan kinerja yang cukup baik di bidang ini. Hal ini disebabkan adanya kontak langsung antara manajer toko dengan personel di masing-masing cabang. Selain itu, perusahaan memasukkan fakturnya ke dalam komputer, yang menawarkan informasi tentang Piutang Usaha. Dalam keterangan ini dapat membantu pelaku usaha dalam menganalisa umur piutang klien sehingga konsumen yang tidak melunasi piutang dapat terus terpantau.
5. Pemantauan
PT. KLM memiliki tim audit yang secara khusus memeriksa kerentanan sistem kontrol dan menganalisis berbagai masalah terkait sistem. Tim audit PT KLM memiliki rencana pemantauan yang disetujui perusahaan untuk setiap transaksi cabang.

5. KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian penulis membuat beberapa kesimpulan berdasarkan hasil penelitian di PT KLM :

1. PT KLM kurang efektif dalam penerapan pengendalian internalnya, dan memastikan kepatuhan hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kredit macet pada tahun 2019, 2020, dan 2021.
2. Ada beberapa faktor, baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi meningkatnya kredit macet.
3. Penerapan sistem pengendalian atas piutang pelanggan pada PT. KLM ini belum sepenuhnya efektif. Hal tersebut dibuktikan dengan lemahnya pengendalian, pengawasan, pemantauan, serta penilaian resiko. Namun dalam hal pengetahuan, komunikasi dan lingkungan pengendalian di PT. KLM sudah cukup.

Dari kesimpulan diatas, penulis meberikan saran kepada PT.KLM yang semoga bermanfaat dalam mengatasi kekurangan dari pengendalian piutangnya. Penulis dapat memberikan saran yaitu ketika pelanggan hendak melakukan pembelian secara kredit maka sebaiknya melakukan perjanjian hitam di atas putih dengan tertera jangka waktu pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan. Hal tersebut memang tidak memiliki kuasa hukum namun dengan cara tersebut dapat dijadikan bukti dipengadilan jika pelanggan ditindak lanjuti ke tindakan yuridis. Dan saran selanjutnya yaitu diberlakukannya denda/sanksi jika pelanggan telat dalam membayar hutangnya. Hal tersebut tujuan agar *debitur* patuh terhadap kewajiban piutangnya sesuai jatuh tempo yang telah disepakati.

6. REFERENSI

Anjarsari, Tania Anggi. Handayani, A. 2022. *Analisis Sistem Pengendalian Internal Penerimaan Piutang Meminimalkan Piutang Tak Tertagih (Bad Debt) Di Pt Wakabe Indonesia*. Jurnal Indonesia Sosial Sains, 3(1), 96-107.

Fadil, Rifky, dkk. 2016. *Analisis Perubahan Kebijakan Kredit Dan Peningkatan*

Profitabilitas (Studi Pada Pt. Duta Surya Megah Kharisma). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Hal 30. Vol 01.

- Handayani, A. (2020). *Struktur Modal Perusahaan Rokok Di Indonesia*. *Accounting And Management Journal*, 4(2), 95–104.
- Hery. 2014. *Pengendalian Akuntansi Dan Manajemen*. Kencana. Jakarta.
- Indudewi, Dian. (2012). *Akuntansi Keuangan 1*. Semarang University Press. Semarang.
- Nginang. 2019. *Analisis Tingkat Perputaran Piutang Pada P.T. Nippon Indosari Corpindo Tbk Di Kota Makassar*. Jurnal Economix. Vol 7 Hal 159-169.
- Nopiawati. Hati, Ravika Permata. 2018. *Analisis Sistem Pengendalian Internal Piutang Dan Kerugian Piutang Tak Tertagih Pada Badan Usaha Bandar Udara Hang Nadim Batam*. *Maesurement Jurnal Akuntansi*, 12(1), 103-110.
- Nursuriyawati. 2020. *Analisis Efektifitas Sistem Pengendalian Internal Piutang Pada RSUP Dr Wahidin Sudirohusodo*. Jurnal Keuangan. 3(1). 54-64.
- Pebruary, Silviana. dkk. 2020. *Pencegahan Fraud Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Deepublish. Yogyakarta.
- Reviandani, Wasti. 2021. *Analisis Laporan Keuangan*. Indomedia Pustaka. Sidoarjo.
- Santoso, R. A. dan A. H. 2018. *Manajemen Keuangan: Keputusan Keuangan Jangka Panjang*.
- Setiati, Fita, dan Mukoffi. 2010. *Analisis Kebijakan Penjualan Kredit Dengan Pemberian Potongan Tunai Dalam Upaya Pengendalian Piutang*. JAMSWAP : Jurnal Akutansi dan Manjemen. Vol 2 Hal 78-91.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Yani, D. H., & Ayu, A. R. 2020. *Analisis Pengendalian Intern Piutang dalam Meminimalisasi Piutang Tak Tertagih pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Medan*. CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen, Vol 1 Hal 1.
- Yulyanah. 2021. *Penerapan Pengendalian Piutang Pada Efektivitas Penagihan Piutang PT. Isa Indonesia*. Jurnal Akuntansi Universitas Pamulang. Vol 3 Hal 4.