

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian dan Penggolongan Piutang

1. Pengertian Piutang

Pada saat sekarang ini penjualan barang dan jasa banyak dilakukan secara kredit sehingga terdapat tenggang waktu antara penyerahan barang atau jasa sampai pada saat diterimanya uang. Pada saat tenggang waktu tersebut penjual mempunyai tagihan piutang kepada pembeli. Selain dari penjualan barang dan jasa, tagihan dapat timbul dari berbagai kegiatan lain seperti memberi pinjaman kepada karyawan, pembayaran uang muka dan pengakuan akuntansi karena dasar waktu (*accrual basis*).

Menurut Niswonger, Warren, Reeve, dan Fess (1999:324) : Piutang (*receivable*) meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap entitas lainnya, termasuk individu, perusahaan atau organisasi lainnya.

Dalam arti luas, piutang meliputi semua klaim atau hak untuk menuntut pembayaran kepada pihak lain yang pada umumnya akan berakibat adanya penerimaan kas di masa yang akan datang. Tagihan atau piutang, biasanya timbul sebagai akibat dari transaksi-transaksi penjualan barang dan/atau penyerahan jasa, pemberian pinjaman, pesanan-pesanan yang diterima atau saham dan surat berharga lain yang akan diterbitkan, klaim atas ganti rugi dari perusahaan asuransi, dan sewa atas aktiva yang dioperasikan oleh pihak lain. Tagihan yang timbul dari transaksi penjualan barang dan/atau penyerahan jasa kepada

pelanggan, pada umumnya merupakan sebagian besar dari modal kerja perusahaan. Sebagai akibatnya, masalah pengendalian dan kebijakan kredit, serta pengumpulan piutang merupakan salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius oleh manajemen.

Perkiraan yang berhubungan dengan piutang antara lain adalah pendapatan atas penjualan, perkiraan kerugian atas piutang seperti penghapusan piutang, biaya piutang ragu-ragu, barang yang dikembalikan oleh pembeli kepada penjual karena tidak sesuai dengan perjanjian sebelumnya (retur penjualan).

2. Penggolongan Piutang

Secara umum piutang dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu piutang dagang dan piutang non dagang.

a. Piutang Dagang (Trade Receivable)

Piutang dagang adalah jumlah yang terhutang oleh pelanggan untuk barang dan jasa yang telah diberikan sebagai bagian dari operasi bisnis normal. Piutang dagang biasanya yang paling signifikan yang dimiliki perusahaan. Piutang dagang dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Piutang Usaha (Accounts Receivable)

Piutang usaha merupakan jumlah yang dibayarkan oleh pelanggan atas penjualan barang dan jasa dalam kegiatan usaha normal. Waktu pembayaran piutang usaha pada umumnya antara 30 sampai 60 hari. Pemberian kredit ini dilakukan dengan perjanjian informal antara penjual dan pembeli yang didukung oleh dokumen-dokumen perusahaan, seperti

faktur pesanan penjualan dan kontrak penyerahan. Biasanya piutang dagang tidak dikenakan biaya, walaupun ada kemungkinan bunga ataupun beban ditambahkan jika pembayaran tidak dilakukan dalam suatu periode yang telah ditentukan yaitu periode dimana debitur wajib melunasi hutangnya.

2. Wesel Tagih (Notes Receivable)

Wesel tagih adalah janji tertulis untuk membayar sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu di masa depan. Wesel tagih dapat berasal dari penjualan, pembiayaan, ataupun transaksi lainnya. Tetapi wesel tagih kebanyakan berasal dari transaksi peminjaman uang yaitu dengan diberikannya trade receivable dengan disertai promes atau wesel. Wesel tagih bisa bersifat jangka pendek ataupun jangka panjang. Wesel tagih dapat digolongkan menjadi dua jenis yaitu :

a) Wesel tagih berbunga (Interest bearing notes)

Pada wesel tagih berbunga, dinyatakan berapa persen bunganya dan berapa hari jangka waktu pelunasannya. Pada hari pelunasannya pihak yang menerima atau memegang wesel harus membayar sejumlah nilai nominal ditambah dengan bunga yang terhutang.

Contoh :

PT. X menerima wesel 60 hari dengan bunga 10% tertanggal 11 Desember 2000 sebagai pelunasan kreditnya dengan saldo Rp 9.000.000. Ayat jurnalnya adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Wesel Tagih	Rp 9.000.000	
Piutang Dagang		Rp 9.000.000

Pada tanggal 31 Desember 2000. dibuat jurnal penyesuaian untuk mencatat bunga yang akan dibayar dari 11 sampai dengan 31 Desember. Ayat jurnal untuk mencatat pendapatan yang akan diterima sebesar Rp 50.000 ($20/360 \times 10\% \times \text{Rp } 9.000.000$) adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Piutang Bunga	Rp 50.000	
Pendapatan Bunga		Rp 50.000

b) Wesel tagih tanpa bunga (Non interest bearing notes)

Pada wesel tagih tanpa bunga, dinyatakan jumlah yang harus dibayar dan berapa hari jangka waktu pelunasannya. Dengan demikian jumlah yang tercantum pada wesel ini merupakan jumlah yang harus diterima pada saat jatuh tempo.

Contoh :

PT. Y menerima wesel atas penjualan barang dagangan kepada PT. Z sebesar Rp 5.000.000 pada tanggal 5 Mei 2000. Wesel tersebut jatuh tempo tanggal 7 Juni 2000. Ayat jurnalnya adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Wesel Tagih	Rp 5.000.000	
Piutang Dagang		Rp 5.000.000
Kas	Rp 5.000.000	
Wesel Tagih		Rp 5.000.000

b. Piutang Non Dagang (Non Trade Receivable)

Piutang non dagang adalah semua piutang yang timbul dari transaksi-transaksi yang tidak secara langsung berhubungan dengan penjualan barang atau penyerahan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, termasuk diantaranya :

- 1) Piutang yang timbul dari transaksi pinjaman, seperti piutang kepada perusahaan afiliasi, piutang karyawan.
- 2) Piutang kepada perusahaan asuransi ; atas kerugian-kerugian yang dipertanggungjawabkan.
- 3) Piutang pajak yang lebih disetor
- 4) Piutang yang timbul dari pesanan atas penjualan atau penerbitan surat-surat berharga atau sekuritas seperti piutang pemesan saham, piutang pemesan surat utang obligasi.
- 5) Piutang yang timbul dan merupakan fungsi waktu dan piutang pendapatan seperti piutang bunga, sewa, dividen, royaltas.

B. Pencatatan dan Penilaian Piutang Dagang

1. Pencatatan Piutang Dagang

Pencatatan piutang yang timbul dari penjualan barang dilakukan pada saat transaksi jual beli secara kredit telah terjadi. Piutang tidak boleh dicatat untuk barang dagangan yang telah dikirimkan apabila ada perjanjian bahwa pihak pengirim tetap memegang hak atas barang tersebut sampai ada tanda terima resmi. Piutang juga tidak boleh dicatat untuk barang dagangan yang dikirimkan atas dasar konsinyasi dimana pengirim barang tetap memegang hak atas barang tersebut sampai barangnya terjual oleh si penjual konsinyasi (consignee). Tetapi piutang dagang akan dicatat apabila dalam penjualan ada syarat penjualan yang menyatakan bahwa penyerahan barang dilakukan di kemudian hari.

Pencatatan penjualan dilakukan dari dokumen-dokumen asli perusahaan atau dari faktur penjualan. Kemudian dari faktur penjualan ini akan dicatat ke buku harian yang selanjutnya akan diposting ke buku besar oleh bagian akuntansi dari ke buku pembantu piutang oleh bagian piutang pada bagian akuntansi. Buku besar merupakan himpunan perkiraan sejenis, sebagai contoh perkiraan piutang kepada berbagai debitur atau langganan dan jumlahnya dikumpulkan dalam satu perkiraan yang disebut buku besar piutang. Buku pembantu piutang berisikan penjelasan kepada siapa perusahaan berpiutang (nama langganan) juga berisikan saldo masing-masing langganan.

Oleh Kieso (2002:387) mengatakan bahwa :

Dalam sebagian besar transaksi piutang, jumlah yang harus diakui adalah harga pertukaran di antara kedua belah pihak. Harga pertukaran (the exchange price) adalah jumlah yang terhutang dari debitur (seorang

pelanggan atau peminjam) dan umumnya dibuktikan dengan beberapa jenis dokumen bisnis, biasanya berupa faktur (invoice).

Dua faktor yang bisa memperumit pengukuran harga pertukaran dalam pencatatan piutang menurut Kieso (2002:387) adalah :

- a. Ketersediaan diskon (diskon dagang atau tunai)
- b. Lamanya waktu antara tanggal penjualan dan tanggal jatuh tempo pembayaran (elemen bunga)

1. Diskon Dagang (Trade Discount)

Diskon dagang adalah suatu jumlah yang akan dikurangkan dari suatu harga dalam rangka menentukan harga faktur dari barang yang dijual. Trade discount ini merupakan alat yang paling sesuai dan sering digunakan oleh perusahaan industri dan grosir dalam menentukan harga dari barang-barangnya. Harga tersebut diambil dari catalog penjual atau daftar harga.

Dengan menggunakan trade discount memungkinkan sebuah perusahaan untuk merivisi harga secara periodik tanpa harus mencetak kembali catalog dan menetapkan harga-harga yang berbeda untuk berbagai langganan dan untuk berbagai kuantiti yang dijual.

Dengan demikian trade discount hanya mengurangi harga jual yang benar-benar dibebankan kepada pelanggan. Harga bersih ini merupakan jumlah dimana piutang dan pendapatan yang bersangkutan harus dibukukan.

Contoh :

PT. Mulia menjual 200 saset kopi kepada PT. Selatan dengan harga Rp 4.650 per saset dikurang dengan potongan sebesar 20%. Maka PT. Mulia akan membuat harga faktur per saset adalah sebesar Rp 3.720 dengan total harga

faktur adalah sebesar Rp 744.000 (Rp 3.720 x 200). Dengan demikian ayat jurnal untuk mencatat piutang dari penjualan barang dagangan tersebut adalah:

Keterangan	Debit	Kredit
Piutang Usaha	Rp 744.000	
Diskon Dagang	Rp 186.000	
Penjualan		Rp 930.000

Ayat jurnal pada saat piutang tersebut ditagih adalah :

Keterangan	Debit	Kredit
Kas	Rp 744. 000	
Piutang Usaha		Rp 744.000

2. Diskon Tunai atau Diskon Penjualan (Sales Discount)

Diskon tunai diberikan sebagai perangsang agar langganan melakukan pembayaran lebih cepat dari tanggal jatuh tempo. Diskon tunai merupakan pengurang dari harga faktur yang ditawarkan kepada para langganan untuk mendorong pembayaran cepat.

Diskon tunai dinyatakan dalam bentuk persyaratan seperti 2/10, n/30 atau 2/10, EOM (End Of Month). 2/10,n/30 artinya jika si pembeli melakukan pembayaran dalam tempo 10 hari setelah tanggal faktur maka si pembeli akan mendapat diskon tunai sebesar 2% dari harga faktur. Tetapi jika pembeli tidak melakukan pembayaran dalam tempo 10 hari dari periode potongan tersebut maka si pembeli harus membayar jumlah kotor dari faktur dalam waktu 30

hari setelah tanggal faktur . sedangkan 2/10, EOM artinya jika si pembeli melakukan pembayaran dalam tempo 10 hari setelah tanggal faktur maka si pembeli akan mendapat diskon tunai sebesar 2% dari harga faktur. Tetapi jika pembeli tidak melakukan pembayaran dalam tempo 10 hari dari periode potongan tersebut maka pembeli harus membayar jumlah kotor dari faktur pada akhir bulan. Pada umumnya perusahaan memanfaatkan diskon tersebut kecuali apabila jumlah kasnya sangat terbatas.

Contoh :

Sebuah perusahaan industri menjual barang dagangannya kepada PT. Cahaya dengan harga faktur Rp 15.000.000 dengan syarat 2/10,n/30. PT. Cahaya melakukan pembayaran dalam waktu 10 hari setelah tanggal faktur dengan harga faktur Rp 14.700.000. Hal ini berarti Rp 14.700.000 adalah harga tunai dari barang yang dibeli.

Ayat jurnal untuk mencatat piutang dari penjualan yang mendapatkan diskon tunai tersebut adalah :

Keterangan	Debit	Kredit
Piutang Usaha	Rp 15.000.000	
Penjualan		Rp 15.000.000
Kas	Rp 14.700.000	
Diskon Penjualan	Rp 300.000	
Piutang Usaha		Rp 15.000.000

Oleh sebab itu diskon tunai akan menguntungkan baik bagi pembeli maupun bagi penjual. Bagi pembeli akan mendapatkan bunga efektif yang tinggi, sedangkan bagi penjual manfaatnya adalah :

- a. Mempercepat penagihan yang dilakukan, sehingga penjual segera dapat menggunakan uang tagihan tersebut untuk operasi perusahaan.
- b. Mengurangi adanya kerugian piutang sebagai akibat tidak tertagihnya piutang.

3. Retur Penjualan (Sales Return)

Dalam kegiatan usaha normal perusahaan yaitu penjualan barang maka ada kemungkinan bahwa barang yang dijual itu akan dikembalikan karena adanya faktor-faktor seperti kerusakan barang, barang busuk, cacat, atau kesalahan pengiriman barang dalam hal jumlah maupun tipenya. Pengembalian barang dagangan yang telah terjual dinamakan retur penjualan.

Oleh karena jarak waktu antara penjualan dengan pengembalian barang itu mungkin melewati periode akuntansi, maka di dalam laporan keuangan piutang dan penjualan akan dicatat terlalu besar. Untuk menghindari pencatatan yang terlalu besar di dalam laporan keuangan, maka perlu dibentuk cadangan retur penjualan dengan mengadakan taksiran yang didasarkan atas pengalaman yang sering terjadi.

Jika suatu barang dikembalikan maka penjualan bersih dan piutang akan berkurang. Sebagai contoh PT. A menjual barang seharga Rp 1.000.000 dengan harga pokok Rp. 800.000 kepada PT. B. Kemudian PT. B

mengembalikan setengah dari jumlah barang tersebut yaitu sebesar Rp 500.000, maka pengembalian penjualan tersebut dicatat sebagai berikut :

Perpetual :

Keterangan	Debit	Kredit
Retur Penjualan dan Pengurangan Harga	Rp 500.000	
Piutang Usaha		Rp 500.000
Persediaan	Rp 400.000	
Harga Pokok Penjualan		Rp 400.000

Periodik :

Keterangan	Debit	Kredit
Penjualan	Rp 500.000	
Piutang Usaha		Rp 500.000

2. Penilaian Piutang

Secara teoritis, semua piutang harus dinilai pada jumlah yang mencerminkan nilai sekarang dari penerimaan kas di masa depan yang diperkirakan.

Menurut Jay M. Smith (2000:290) “Piutang usaha dilaporkan pada nilai bersih yang dapat direalisasikan atas nilai kas yang diharapkan, bukan pada nilai sekarang yang didiskontokan”.

Ini berarti bahwa piutang usaha harus dicatat bersih sesudah memperhitungkan estimasi piutang ragu-ragu, potongan dagang, dan retur serta

pengurangan harga jual yang diantisipasi. Tujuannya adalah agar piutang dilaporkan sebesar klaim terhadap pelanggan yang diharapkan akan tertagih dalam bentuk kas.

Dalam kegiatan operasi perusahaan, beberapa piutang akan tidak dapat ditagih atau tidak dapat direalisasi mungkin karena langganan sudah jatuh pailit atau sebab-sebab lain yang menimpa pelanggan. Beban operasi yang timbul karena tidak tertagihnya piutang disebut beban atau kerugian dari piutang tak tertagih (*uncollectible accounts*), piutang ragu-ragu (*doubtful accounts*), atau piutang macet (*bad debts*).

Tidak ada satu pun ketentuan umum yang merupakan pedoman untuk menentukan kapan suatu piutang tak tertagih. Kenyataan bahwa seorang debitur gagal untuk membayar kewajiban sesuai kontrak penjualan atau weselnya terpaksa ditolak pada tanggal jatuh tempo belumlah berarti bahwa hutang-hutang tersebut tidak akan dapat ditagih. Petunjuk lainnya ialah perusahaan debitur itu ditutup, si debitur kabur, dan penagihan berkali-kali yang terus gagal.

Menurut Kieso dan Weygandt (2002:391) ada dua metode yang dapat digunakan untuk mencatat piutang tak tertagih yaitu :

1. Metode Penghapusan Langsung (*Direct Write-Off Method*)

Pada metode ini tidak ada ayat jurnal yang dibuat sampai suatu akun khusus telah ditetapkan secara pasti tidak tertagih. Yang dicatat haruslah fakta bukan estimasi. Metode ini mengasumsikan bahwa dari setiap penjualan akan dihasilkan piutang usaha yang baik, dan kejadian selanjutnya membuktikan bahwa piutang tertentu ternyata tidak tertagih serta menjadi tidak bernilai.

Metode penghapusan langsung secara teoritis memiliki kelemahan karena biasanya tidak menandingkan biaya dengan pendapatan pada periode bersangkutan, atau menghasilkan piutang yang ditetapkan pada estimasi nilai yang dapat direalisasi di neraca. Pemakaian metode penghapusan langsung tidak dapat dipandang tepat, kecuali kalau jumlah piutang tak tertagih tidak material. Kerugian yang terjadi dicatat dengan mendebet beban piutang tak tertagih dan mengkredit piutang usaha.

Contoh :

PT. D melakukan penjualan secara kredit kepada PT. C sebesar Rp 15.000.000. Kemudian ditetapkan bahwa PT. C tidak dapat membayar hutangnya sebesar Rp 1.000.000, maka jurnal yang dibuat untuk mencatat piutang yang tidak tertagih tersebut adalah :

Keterangan	Debit	Kredit
Kas	Rp 14.000.000	
Piutang Usaha		Rp 14.000.000
Beban Piutang Tak Tertagih	Rp 1.000.000	
Piutang Usaha		Rp 1.000.0000

2. Metode Penyisihan (Allowance Method)

Metode ini membuat suatu estimasi yang menyangkut perkiraan piutang tak tertagih dari semua penjualan kredit atau dari total piutang yang beredar. Estimasi ini dicatat sebagai beban dan pengurang tidak langsung terhadap piutang usaha (melalui kenaikan akun penyisihan) dalam periode dimana

penjualan itu dicatat. Beban piutang tak tertagih harus dicatat pada periode yang sama seperti penjualan untuk mendapatkan penandingan yang tepat atas beban dan pendapatan serta untuk mendapatkan nilai tercatat yang tepat atas piutang usaha. Walaupun melibatkan estimasi, namun persentase piutang yang tidak akan tertagih dapat diramalkan dari pengalaman masa lalu, kondisi pasar berjalan, dan analisis atas saldo yang beredar.

Ada beberapa metode untuk mengestimasi piutang tak tertagih yaitu :

a. Estimasi piutang tak tertagih berdasarkan persentase penjualan

Estimasi untuk piutang tak tertagih dapat didasarkan pada penjualan untuk periode bersangkutan atau jumlah piutang yang beredar pada akhir periode. Apabila penjualan digunakan sebagai dasar, maka persentasenya dihitung berdasarkan piutang tak tertagih masa lalu yang dikaitkan dengan jumlah penjualan bersangkutan.

Contoh :

PT. Makmur mengestimasi dari pengalaman masa lalu bahwa sekitar 2% dari penjualan kredit tidak akan tertagih. Jika PT. Makmur memiliki penjualan kredit sebesar Rp 40.000.000 pada tahun 2001 maka ayat jurnal untuk mencatat beban piutang tak tertagih dengan menggunakan metode persentase penjualan adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Beban Piutang Tak Tertagih	Rp 800.000	
Penyisihan Piutang Tak Tertagih		Rp 800.000

b. Estimasi Piutang Tak Tertagih Berdasarkan Saldo Piutang Usaha

Tujuan dari metode ini adalah melaporkan nilai realisasi bersih piutang dalam neraca. Metode ini dapat diaplikasikan dengan menggunakan suatu tarif gabungan (composite rate) yang mencerminkan estimasi piutang tak tertagih. Pendekatan lainnya yang lebih sensitif terhadap status actual dari piutang usaha adalah menetapkan skedul umur piutang (aging schedule) dan menerapkan persentase yang berbeda berdasarkan pengalaman masa lalu pada berbagai kategori umum.

Contoh :

Jika total piutang usaha adalah Rp 30.000.000 dan diestimasikan bahwa 8% dari piutang itu tidak akan tertagih, maka perkiraan penyisihan harus mempunyai saldo Rp 2.400.000. Perkiraan penyisihan telah mempunyai saldo kredit Rp 900.000 dari periode sebelumnya. Maka ayat jurnal penyesuaian periode berjalan adalah :

Keterangan	Debit	Kredit
Beban Piutang Tak Tertagih	Rp 1.500.000	
Penyisihan Piutang Tak Tertagih		Rp 1.500.000

Contoh :

Tabel 1

WILSON & CO.

Skedul Umur Piutang

Nama Pelanggan	Saldo 31 Des	Di Bawah 60 Hari	61 – 90 Hari	91 – 120 Hari	Di Atas 120 Hari
Western Corp	\$ 98.000	\$ 80.000	\$ 18.000		
Brockway Comp	320.000	320.000			
Freeport Co.	55.000				\$ 55.000
Allegheny Iron	74.000	60.000	14.000		
Total	\$ 547.000	\$ 460.000	\$ 320.000	0	\$ 55.000

Tabel 2

Ikhtisar

Diperlukan Umur	Jumlah	Persentase Estimasi Tak Tertagih	Saldo yang Dalam Penyisihan
Di Bawah 60 Hari	\$ 460.000	4 %	\$ 18.400
61 – 90 Hari	32.000	15 %	4.800
91 – 120 Hari	0	20 %	0
Di Atas 120 Hari	55.000	25 %	13.750
Saldo Penyisihan Piutang Tak Tertagih akhir tahun			\$ 36.950

Jumlah sebesar \$ 36.950 akan menjadi beban piutang tak tertagih yang harus dilaporkan untuk tahun berjalan, dengan mengasumsikan bahwa tidak ada saldo dalam akun penyisihan. Asumsikan bahwa akun penyisihan memiliki saldo kredit sebesar \$800 sebelum penyesuaian.

Maka jumlah yang harus ditambahkan ke dalam akun penyisihan adalah :

Yang diperlukan dalam penyisihan	\$ 36.950 (K)
Penyisihan piutang tak tertagih	<u> 800 (K)</u>
Beban piutang tak tertagih	\$ 36.150 (K)

Ayat jurnalnya adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Beban Piutang Tak Tertagih	\$ 36.150	
Penyisihan Piutang Tak Tertagih		\$ 36.150

Apabila akun penyisihan memiliki saldo debit sebesar \$350 sebelum penyesuaian, maka jumlah yang harus ditambahkan ke dalam akun penyisihan adalah :

Yang diperlukan dalam penyisihan	\$ 36.950 (K)
Penyisihan piutang tak tertagih	<u> 350 (D)</u>
Beban piutang tak tertagih tahun ini	\$ 37.300 (K)

Ayat jurnalnya adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Beban Piutang Tak Tertagih	\$ 37.300	
Penyisihan Piutang Tak Tertagih		\$ 37.300

C. Kebijakan Kredit

Dalam iklim persaingan yang ketat seperti dewasa ini, salah satu cara untuk menaikkan tingkat penjualan adalah dengan melakukan penjualan kredit. Semakin besar jumlah penjualan kredit yang diberikan perusahaan pada setiap tahunnya, berarti perusahaan tersebut harus menyediakan jumlah modal kerja yang lebih besar yang tertanam dalam piutang. Ini berarti semakin besar pula resiko jumlah piutang yang tak tertagih. Karena itu perusahaan harus menetapkan suatu kebijakan kredit. Kebijakan kredit ini merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh manajemen dalam hal pemberian kredit kepada pelanggan.

Kebijakan kredit itu meliputi :

a. Standar Pemilihan Pelanggan

Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh para langganan perlulah kita mengadakan evaluasi resiko kredit dari para langganan tersebut. Penentuan standar kredit mengharuskan perusahaan untuk menilai “kredibilitas” atau “kualitas kredit” pelanggan. Penilaian kredibilitas pelanggan melibatkan pertimbangan atas 5K yaitu :

1. Karakter, mengacu kepada probabilitas bahwa pelanggan akan menghormati kewajibannya. Banyak manager kredit bersikeras bahwa karakter merupakan K yang paling penting dari 5K. karakter mencerminkan kejujuran pelanggan dan tanggung jawab moral yang dimiliki pelanggan untuk menghormati utang. Para manager kredit seringkali mencari informasi mengenai karakter pelanggan dengan menyelidiki suatu komunitas bisnis. Penyelidikan semacam

itu bisa dilakukan melalui banker-bankir local, pengacara, kreditur lama, dan bahkan para pesaing.

2. Kapasitas, mengacu kepada kemampuan pelanggan untuk membayar. Manajer kredit menilai faktor ini dengan mengkaji ulang catatan pembayaran pelanggan di masa lalu, pengetahuan umum mengenai bisnis pelanggan, dan barangkali observasi fisik atas operasi pelanggan.
3. Kapital, mengacu kepada kondisi umum bisnis pelanggan seperti yang diperlihatkan oleh laporan keuangan. Manajer kredit biasanya memberikan perhatian khusus pada ukuran solvensi dan likuiditas serta rasio-rasio lain seperti rasio modal kerja dan rasio lancar.
4. Kolateral, mengacu kepada aktiva-aktiva yang ingin diberikan pelanggan sebagai jaminan untuk kredit. Institusi atau lembaga keuangan biasanya meminta kolateral atas kredit-kredit berjumlah besar. Kolateral bisa berbentuk aktiva apa pun, seperti tanah, bangunan atau persediaan.
5. Kondisi, mengacu kepada trend-trend ekonomi nasional dan regional yang bisa mempengaruhi kemampuan pelanggan untuk membayar. Sebagai contoh, selama periode resesi ekonomi, manajer kredit biasanya memperketat standar-standar kredit sebagai antisipasi terhadap menurunnya kemampuan para pelanggan untuk membayar.

b. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit

Persyaratan penjualan kredit menunjuk kepada term pembayaran yang diisyaratkan kepada para langganan yang membeli secara kredit misalnya 2/10,

n/30. persyaratan seperti ini mengandung arti bahwa pelanggan akan menerima potongan sebesar 2% apabila pembayaran kredit dilakukan dalam waktu paling lama 10 hari setelah awal periode kredit. Bila pelanggan tidak mengambil potongan tunai maka keseluruhan jumlah utangnya harus dibayar dalam waktu paling lambat 30 hari sesudah awal periode kredit.

c. Kebijakan Dalam Pengumpulan Piutang

Kebijakan dalam pengumpulan piutang suatu perusahaan merupakan prosedur yang harus dipatuhi dalam pengumpulan piutangnya bilamana sudah jatuh tempo. Sebagian keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijakan penagihan piutangnya dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang.

Ada beberapa teknik penagihan piutang atau kredit yang dapat dilakukan oleh perusahaan apabila nasabah belum membayar kewajibannya sampai dengan waktu yang telah ditentukan sebagai berikut :

1. Melalui Surat

Bilamana waktu pembayaran kredit dari nasabah yang sudah lewat jatuh tempo, maka perusahaan dapat mengirim surat dengan mengingatkan bahwa pelanggan tersebut bahwa kreditnya sudah jatuh tempo.

2. Melalui Telepon

Apabila setelah dikirimkan surat teguran ternyata pelanggan tersebut belum membayar kreditnya maka bagian kredt dapat menelepon pelanggan dan secara pribadi memintanya untuk melakukan pembayaran. Bila pelanggan

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 seringkali dirasakan sangat efektif.

4. Tindakan Yuridis

Bilamana ternyata pelanggan tidak mau membayar kreditnya maka perusahaan dapat menggunakan tindakan hukum dengan mengajukan gugatan melalui pengadilan.

D. Prosedur Penjualan Kredit

Agar pelaksanaan suatu kegiatan dapat berjalan lancar dan dilaksanakan dengan baik perlu diciptakan prosedur untuk kegiatan tersebut. Prosedur ini sekaligus juga memuat dasar-dasar umum internal control yang dapat menghindari kecurangan dan untuk meningkatkan hasil kerja. Demikian juga penjualan kredit, perlu ada suatu prosedur penjualan kredit yang harus dilakukan untuk menjaga keberadaan atau keabsahan penjualan kredit tersebut.

Menurut Mulyadi (2001:211) jaringan prosedur yang membentuk system penjualan kredit adalah sebagai berikut :

1. Prosedur order penjualan
2. Prosedur persetujuan kredit
3. Prosedur pengiriman
4. Prosedur penagihan
5. Prosedur pencatatan piutang
6. Prosedur distribusi penjualan
7. Prosedur pencatatan harga pokok penjualan

Berikut ini dibahas lebih lanjut prosedur yang terkait dalam sistem penjualan kredit adalah :

1. Prosedur Order Penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan menambahkan informasi penting pada surat order dari pembeli. Fungsi penjualan kemudian membuat surat order pengiriman dan mengirimkannya kepada berbagai fungsi yang lain untuk memungkinkan fungsi tersebut memberikan kontribusi dalam melayani order dari pembeli.

2. Prosedur Persetujuan Kredit

Dalam prosedur ini, fungsi penjualan meminta persetujuan penjualan kredit kepada pembeli tertentu dari fungsi kredit.

3. Prosedur Pengiriman

Dalam prosedur ini, fungsi pengiriman mengirimkan barang kepada pembeli sesuai dengan informasi yang tercantum dalam surat order pengiriman yang diterima dari fungsi penjualan.

4. Prosedur Penagihan

Dalam prosedur ini, fungsi penagihan membuat faktur penjualan dan mengirimkannya kepada pembeli. Dalam metode tertentu faktur penjualan dibuat oleh fungsi penjualan sebagai tembusan pada waktu bagian ini membuat surat order pengiriman.

5. Prosedur Pencatatan Piutang

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat tembusan faktur penjualan ke dalam kartu piutang atau dalam metode pencatatan tertentu

mengarsipkan dokumen tembusan menurut abjad yang berfungsi sebagai catatan piutang.

6. Prosedur Distribusi Penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mendistribusikan data penjualan menurut informasi yang diperlukan oleh manajemen.

7. Prosedur Pencatatan Harga Pokok Penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat total harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

Fungsi yang terkait dalam sistem penjualan kredit adalah :

1. Fungsi Penjualan,
2. Fungsi Kredit,
3. Fungsi Gudang,
4. Fungsi Pengiriman,
5. Fungsi Penagihan,
6. Fungsi Akuntansi.

Berikut ini dibahas lebih lanjut fungsi yang terkait dalam sistem penjualan kredit adalah :

1. Fungsi Penjualan

Dalam transaksi penjualan kredit, fungsi ini bertanggung jawab untuk menerima surat order dari pembeli, mengedit order dari pelanggan untuk menambahkan informasi yang belum ada pada surat order tersebut (seperti spesifikasi barang dan rute pengiriman), meminta otorisasi kredit, menentukan tanggal pengiriman dan dari gudang mana barang akan dikirim, dan mengisi surat order pengiriman. Fungsi ini juga bertanggung

jawab untuk membuat “*back order*” pada saat diketahui tidak tersedianya persediaan untuk memenuhi order dari pelanggan.

2. Fungsi Kredit

Fungsi ini bertanggung jawab untuk meneliti status kredit pelanggan dan memberikan otorisasi pemberian kredit kepada pelanggan. Sebelum order dari pelanggan dipenuhi, harus lebih dahulu diperoleh otorisasi penjualan kredit dari fungsi kredit. Jika penolakan pemberian kredit seringkali terjadi, pengecekan status kredit perlu dilakukan sebelum fungsi penjualan mengisi surat order penjualan. Untuk mempercepat pelayanan kepada pelanggan, surat order pengiriman dikirim langsung ke fungsi pengiriman sebelum fungsi penjualan memperoleh otorisasi kredit dari fungsi kredit. Namun, tembusan kredit harus dikirimkan ke fungsi kredit untuk mendapatkan persetujuan kredit dari fungsi tersebut. Dalam hal otorisasi kredit tidak dapat diberikan, fungsi penjualan memberitahu fungsi pengiriman untuk membatalkan pengiriman barang kepada pelanggan.

3. Fungsi Gudang

Dalam transaksi penjualan kredit, fungsi ini bertanggung jawab untuk menyimpan barang dan menyiapkan barang yang dipesan oleh pelanggan, serta menyerahkan barang ke fungsi pengiriman.

4. Fungsi Pengiriman

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyerahkan barang atas surat order pengiriman yang diterimanya dari fungsi penjualan. Fungsi ini bertanggung jawab untuk menjamin bahwa tidak ada barang yang keluar

dari perusahaan tanpa ada otorisasi dari yang berwenang. Otorisasi ini dapat berupa surat order pengiriman yang telah ditandatangani oleh fungsi penjualan, memo debit yang ditandatangani oleh fungsi pembelian untuk barang yang dikirimkan kembali kepada pemasok (retur pembelian), surat perintah kerja dari fungsi produksi mengenai penjualan yang sudah tidak dipakai lagi.

5. Fungsi Penagihan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan, serta menyediakan copy faktur bagi kepentingan pencatatan transaksi penjualan oleh fungsi akuntansi.

6. Fungsi Akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit dan membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur, serta membuat laporan penjualan. Disamping itu, fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat harga pokok persediaan yang dijual ke dalam buku persediaan dengan menggunakan bukti memorial yang menjelaskan harga pokok persediaan.

Dokumen yang digunakan dalam sistem penjualan kredit menurut Mulyadi (2001:219) adalah :

1. Surat Order Pengiriman dan tembusannya
2. Faktur dan tembusannya
3. Rekapitulasi harga pokok penjualan
4. Bukti memorial

Surat order pengiriman merupakan dokumen pokok untuk memproses penjualan kredit kepada pelanggan. Contoh surat order pengiriman adalah tembusan kredit, surat pengakuan, surat muat (bill of landing), slip pembungkus (packing slip), arsip pengendalian pengiriman, arsip index silang.

Faktur penjualan merupakan dokumen yang dipakai sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang. Contoh faktur penjualan adalah tembusan piutang, tembusan jurnal penyesuaian, tembusan analisis, tembusan wiraniaga.

Rekapitulasi harga pokok penjualan merupakan dokumen pendukung yang digunakan untuk menghitung total harga produk yang dijual selama periode akuntansi tertentu dan dibuat oleh fungsi akuntansi. Data yang dicantumkan dalam rekapitulasi harga pokok penjualan berasal dari kartu persediaan. Secara periodic harga pokok produk yang dijual selama jangka waktu tertentu dihitung dalam rekapitulasi harga pokok penjualan dan kemudian dibuatkan dokumen sumber berupa bukti memorial untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

Bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk dasar pencatatan ke dalam jurnal umum. Dalam sistem penjualan kredit, bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

Tabel 3

BUKTI MEMORIAL		Nomor Tanggal	
Keterangan		Debit	Kredit
Persediaan 1 Januari 2000		\$ 59.700	
Pembelian (netto)		\$ 526.755	
Barang tersedia untuk dijual		\$ 587.455	
Persediaan 31 Desember 2000			\$ 62.150
Harga Pokok Penjualan		\$ 525.305	
Disetujui	Dicatat	Diverifikasi	Dibuat

Berdasarkan bukti memorial di atas harga pokok penjualan tahun 2000 adalah sebesar \$ 525.305, maka ayat jurnalnya adalah sebagai berikut :

Keterangan	Debit	Kredit
Harga Pokok Penjualan	\$ 525.305	
Barang Jadi		\$ 525.305

E. Pengakuan Piutang Dagang

Menurut IAI (2004:PSAK No. 1 Paragraf 20) dinyatakan bahwa “dalam akuntansi akrual, aktiva, kewajiban, ekuiti, penghasilan, dan beban diakui pada saat kas atau setara kas diterima dan dicatat serta disajikan dalam laporan keuangan pada periode terjadinya”.

Oleh Machfoedz (1999:128) mengatakan bahwa :

Piutang timbul pertama kali ketika penjualan dilakukan atau pada saat penghasilan (revenue) diakui. Dengan demikian ketepatan pengakuan

penjualan akan berakibat pada kesempatan pengakuan piutang mula-mula. Ada tiga cara melakukan pengakuan penjualan yang berpengaruh terhadap pengakuan jumlah piutang mula-mula, yaitu metode kotor, metode bersih, metode cadangan.

Ketiga metode tersebut berhubungan dengan perlakuan terhadap potongan penjualan yang akan diberikan apabila debitur melunasi dalam waktu kurang dari batas yang ditentukan.

1. Metode Kotor

Mengakui jumlah piutang sebesar penjualan tanpa dipengaruhi oleh potongan yang akan diberikan. Apabila ternyata debitur mengambil potongan, maka akan diakui sebagai pengurang jumlah penjualan, bukan sebagai pengurang jumlah piutang.

2. Metode Bersih

Mengakui jumlah piutang setelah dikurangi potongan penjualan. Apabila ternyata potongan penjualan tidak dimanfaatkan oleh debitur, maka akan mengakibatkan timbulnya kelebihan pembayaran atas jumlah piutang. Kelebihan tersebut sebagai penghasilan lain-lain atau penghasilan diluar operasi.

3. Metode Cadangan

Mengakui jumlah piutang sebesar jumlah sebelum dikurangi potongan, tetapi penjualan diakui sebesar jumlah setelah dikurangi potongan penjualan. Selisih antara pengakuan piutang dengan penjualan dicatat sebagai cadangan potongan penjualan.

Contoh transaksi :

Pada tanggal 1 Desember 2004 PT ABC menjual barang dengan syarat 2/10, n/30 dengan harga Rp. 5.000.000,-

Jurnal :

Metode Kotor

Piutang (Account Receivable)	Rp. 5.000.000,-
Penjualan (Sales)	Rp. 5.000.000,-

Metode Bersih

Piutang	Rp. 4.900.000,-
Penjualan	Rp. 4.900.000,-

Keterangan :

Penjualan Kotor	Rp. 5.000.000,-
Potongan yang akan diberikan 2% x Rp. 5.000.000,-	<u>Rp. 100.000,-</u>
Piutang Bersih	Rp. 4.900.000,-

Metode Cadangan

Piutang	Rp. 5.000.000,-
Penyisihan piutang tak tertagih	Rp. 100.000,-
Penjualan	Rp. 4.900.000,-

Keterangan :

Potongan Penjualan = 2% x Rp. 5.000.000,- = Rp. 100.000,-

F. Penyajian Piutang Dagang Pada Neraca

Semua piutang yang diperkirakan akan terealisasi menjadi kas dalam setahun disajikan pada bagian aktiva lancar di neraca. Merupakan hal yang lazim untuk mencantumkan aktiva menurut urutan likuiditasnya. Urutan likuiditas ini mencerminkan seberapa cepat aktiva tersebut dapat dikonversi menjadi kas dalam operasi normal.

Penyajian piutang di neraca harus tepat, agar tidak membingungkan atau terjadi salah pengertian bagi pembaca neraca. Jika neraca tidak dapat dibaca, maka tujuan dari laporan keuangan yaitu agar dapat dibaca oleh pihak ekstern dan pihak intern tidak dapat dicapai.

Menurut James D. Wilson (1996:666) :

“Piutang dagang harus dipisahkan dari wesel tagih. Piutang harus diukur menurut umurnya untuk memudahkan penilaian kualitasnya dan perbandingan dengan standar syarat-syarat penjualan, dan juga untuk penentuan kecukupan jumlah cadangan untuk piutang ragu-ragu”.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2007:PSAK No.1 par.39) :

Perusahaan menyajikan aktiva lancar terpisah dari aktiva tidak lancar dan kewajiban jangka pendek terpisah dari kewajiban jangka panjang kecuali untuk industri tertentu yang diatur dalam Standar Akuntansi Keuangan khusus. Aktiva lancar disajikan menurut ukuran likuiditas sedangkan kewajiban disajikan menurut ukuran jatuh temponya.

Contoh :

PT SIGMA
NERACA
31 DESEMBER 2000

AKTIVA

Aktiva Lancar :

Kas		Rp 2.500.000
Piutang Usaha	Rp 22.700.000	
Dikurangi penyisihan untuk piutang		
Ragu-ragu	<u>(3.000.000)</u>	19.700.000
Persediaan		<u>43.300.000</u>
Total		Rp 65.500.000

F. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Anastasia (2004) dalam judul penelitian “Internal Control Atas Piutang Dagang Pada PT. Meroke Tetap Jaya”, dalam penelitian tersebut, penulis menyimpulkan Internal Control Atas Piutang Dagang yang diterapkan di perusahaan kurang optimal, hal ini dikarenakan tidak adanya pengontrolan prosedur penjualan kredit yang dilakukan perusahaan, sehingga banyak terjadi kecurangan.

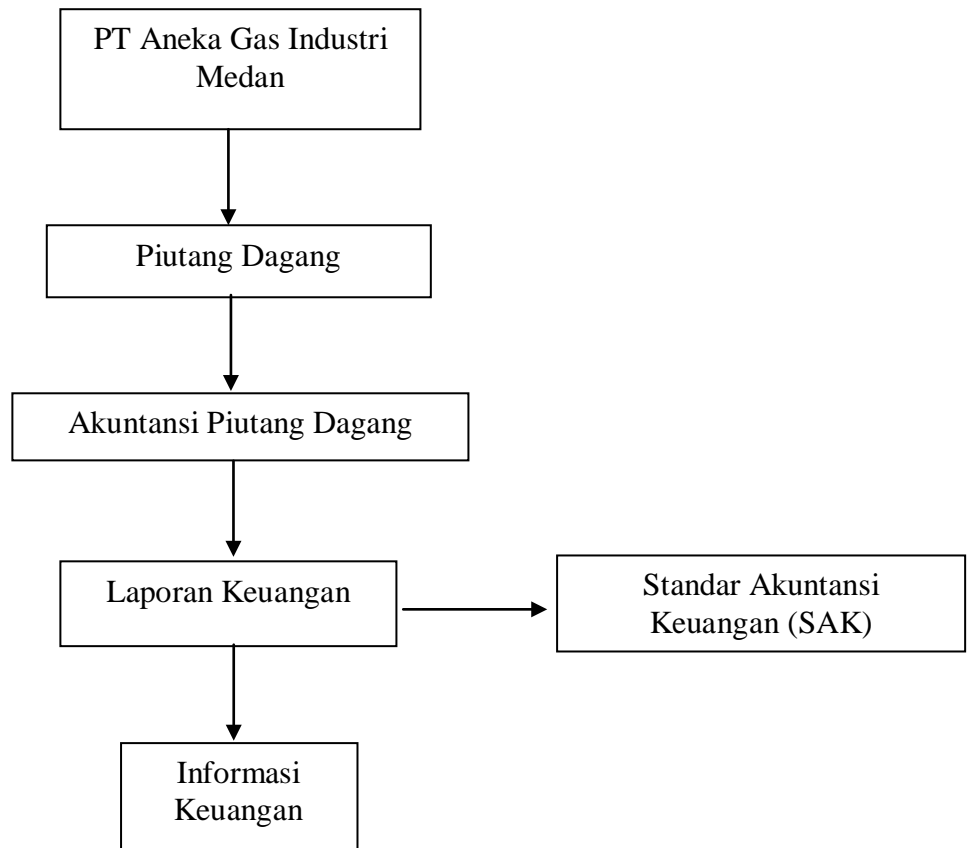
Suhana (2010) dalam judul penelitian “Kebijaksanaan Penagihan Piutang Untuk Menekan Piutang Tak Tertagih Pada PT. Bhandha Ghara Reksa Cabang Medan”, dalam penelitian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa kebijaksanaan penagihan piutang yang dilakukan belum cukup efektif untuk menekan jumlah

piutang tak tertagih setiap bulannya karena masih terdapat pelanggan yang melakukan penunggakan pembayaran setiap bulannya dan kurangnya sumber daya manusia yang berkompetitif untuk melaksanakan penagihan.

Dian (2009) dengan judul penelitian “Analisis Pengendalian Intern Piutang Usaha Pada PT. SFI Medan”, kesimpulan yang diperoleh prosedur yang diterapkan perusahaan belum mencerminkan konsep pengendalian intern. Hal ini dilihat dari tanggung jawab A/R Admin dalam menerima angsuran yang juga merangkap menjadi fungsi pencatat piutang usaha yang seharusnya penerimaan angsuran menjadi tanggung jawab teller, DCS, dan ARO.

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerapkan bagaimana hubungan suatu teori dengan factor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Berdasarkan kajian teoritis maka kerangka konseptual penelitian sangat dibutuhkan sebagai alur berpikir sekaligus sebagai landasan untuk menentukan hasil penelitian. Penyusunan kerangka konseptual juga akan memudahkan pembaca untuk memahami permasalahan utama yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Dalam prosedur pencatatan piutang dan penyajian piutang pada laporan keuangan perusahaan harus memilih metode yang paling benar dan baik yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan baik bagi pemilik perusahaan, kreditur maupun pihak lain yang berkepentingan. Perusahaan juga harus mampu menerapkan serta menyajikannya dalam bentuk laporan keuangan yang berpedoman kepada standar akuntansi keuangan yang berlaku. Sehingga dengan demikian kelangsungan hidup perusahaan tetap terjaga dan memperkecil kemungkinan terjadinya kecurangan, kebocoran dan tindakan lainnya yang dapat merugikan perusahaan.