

PERENCANAAN DAN PENGAWASAN PIUTANG

RUSTAM
Fakultas Ekonomi
Jurusan Akuntansi
Universitas Sumatera Utara

A. Pengertian dan Klasifikasi Piutang

Pengertian Piutang

Dalam arti luas, istilah piutang dapat digunakan bagi semua hak atau klaim terhadap pihak lain atas uang, barang atau jasa. Tuntutan dalam bentuk uang, misalnya pemberian kredit oleh bank kepada nasabah, pinjaman kepada pegawai perusahaan dan sebagainya. Tuntutan dalam bentuk barang atau jasa, misalnya penyerahan barang yang telah dilunasi dan penyelesaian pekerjaan atas kontrak yang telah ditandatangani.

Dari pengertian diatas dapat diambil suatu pengertian umum, piutang adalah tagihan pada pihak lain sebagai akibat dari transaksi dengan pihak lain tersebut dan penyelesaiannya dilaksanakan dengan penerimaan uang, barang atau jasa.

Klasifikasi piutang

Dalam standart Akuntansi Keuangan membagi piutang dalam dua golongan yaitu :

- Piutang usaha yang meliputi piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan.
- Piutang lain-lain, meliputi piutang yang timbul dari transaksi diluar kegiatan usaha normal perusahaan.

Piutang usaha dan piutang lain-lain diharapkan dapat tertagih dalam satu tahun atau siklus usaha normal, diklasifikasikan sebagai aktiva lancar tanpa memandang jangka waktu tertagihnya.

B. Pengertian Perencanaan dan Pengawasan

Ada dua alasan dasar perlunya perencanaan. Perencanaan dilakukan untuk mencapai :

1. Protective benefits dimana yang dihasilkan dari pengurangan kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pembuatan keputusan.
2. Positive benefits dimana dalam bentuk meningkatnya sukses mencapai tujuan organisasi.

Pengertian Perencanaan Piutang

Perencanaan (Planning) yaitu proses pencapaian tujuan dan tindakan-tindakan dimasa yang akan datang. Suatu rencana merupakan penetapan lebih dahulu untuk mengambil tindakan yang memberi cirri/membedakan perencanaan dari cara berpikir lain mengenai masa yang akan datang, umpamanya membedakannya dengan angan-angan yang bukan-bukan atau dengan ramalan.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa perencanaan piutang adalah suatu kegiatan menentukan penetapan jumlah penjualan kredit yang diharapkan untuk menjaga keseimbangan likuiditas perusahaan.

Dengan adanya perencanaan piutang, maka para manajer dibantu untuk menentukan masa depan organisasi. Namun karena tak seorang pun mengetahui kepastian dari masa depan dan perencanaan tidak selalu terjadi sesuai dengan yang diinginkan, maka suatu perencanaan yang baik harus bersifat agar flaksibel. Dengan

adanya sifat fleksibel ini maka perencanaan mampu untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin.

Beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk menilai efektifitas perencanaan yaitu mencakup : kegunaan, ketepatan dan obyektifitas, ruang lingkup, efektifitas biaya, akuntabilitas dan ketepatan waktu.

Pengertian Pengawasan Piutang

Pengawasan yaitu : suatu tindakan agar pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan. Dapat disimpulkan bahwa fungsi pengawasan yaitu membandingkan kejadian dengan perencanaan dan mengambil tindakan perbaikan untuk rencana masa depan.

Dari pengertian pengawasan dan piutang di atas dapat diambil kesimpulan pengawasan piutang adalah proses manajemen untuk melihat apakah penjualan kredit telah dapat ditagih seluruhnya dan tidak melewati waktu tempo yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Jika hal ini tidak terjadi, maka akan diadakan serangkaian perbaikan guna menunjang pengawasan tersebut.

Pengawasan berfungsi untuk mengupayakan setiap kegiatan yang dilakukan sesuai dengan perencanaan. Dalam pelaksanaan pengawasan harus efisien dan mempertimbangkan "cost benefit ratio" artinya biaya pengawasan harus lebih rendah dari hasil pengawasan.

Pengawasan dapat dilakukan sebelum, sedang dan/atau sesudah suatu kegiatan dilaksanakan. Pengawasan mensyaratkan umpan maju, yaitu bahwa tujuan, rencana, kebijaksanaan dan standar telah ditetapkan dan dikomunikasikan kepada para manajer yang bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan. Dengan demikian pengawasan yang efektif tergantung pada perencanaan awal.

Pengawasan juga didasarkan atas konsep umpan balik (feedback) yang menilai pelaksanaan dan mengusulkan tindakan koreksi untuk menjamin pencapaian tujuan. Dalam hal tertentu, pengawasan juga mengakibatkan perubahan dalam rencana tujuan awal, atau dalam pembentukan rencana baru.

C. Manfaat Perencanaan dan Pengawasan

Perencanaan piutang merupakan suatu kegiatan menentukan penetapan jumlah penjualan kredit yang diharapkan untuk menjaga keseimbangan likuiditas perusahaan. Manfaat dari perencanaan piutang ini adalah untuk membantu manajer dalam menentukan masa depan organisasi. Namun karena tidak seorangpun mengetahui kepastian dari masa depan, maka perencanaan yang dibuat harus bersifat fleksibel, dengan demikian maka perencanaan mampu untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin.

Pengawasan adalah segala yang termasuk dalam aktifitas penentuan apakah pelaksanaan sesuai dengan perencanaan dan apakah terhadap harta benda usaha telah diadakan pengamanan yang sebaik-baiknya. Fungsi pengawasan terdiri dari semua aktivitas yang berhubungan dengan penentuan/ evaluasi mengenai apa yang telah dicapai, sejauh mana pelaksanaan sesuai dengan rencana dan kebijakan pimpinan. Fungsi lain dari pengawasan piutang adalah membandingkan kejadian dengan perencanaan dan mengambil tindakan perbaikan untuk rencana masa depan.

D. Perencanaan dan Pengawasan Piutang.

1. Kebijaksanaan Penjualan Kredit

Kebijaksanaan penjualan kredit biasanya mempertimbangkan hal-hal berikut ini :

a. Standar pemilihan pelanggan

Dalam memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit para pelanggan, perusahaan perlu mempertimbangkan kemauan dari kemampuan

para pelanggannya untuk membayar. Oleh karena itu, perusahaan harus merencanakan pemilihan pelanggan.

Untuk menilai resiko kredit seorang pelanggan, maka perusahaan dapat melakukan penilaian 5 C dari calon pelanggannya, yaitu :

- Karakter, adalah adanya suatu sifat yang menunjukkan bahwa debitur akan secara jujur melaksanakan kewajibannya. Kewajiban ini berupa pembayaran kembali atas utangnya, sesuai dengan perjanjian atau transaksi yang telah dilakukannya.
- Kemampuan, merupakan penilaian subjektif atas kemampuan membayar dari prestasi bisnis langganan tersebut di masa lalu yang didukung oleh hasil penelitian langsung pada pabarik atau took disamping melihat metode usaha yang digunakan.
- Modal, diukur dari posisi keuangan perusahaan sebagaimana dapat dilihat dari analisis rasio keuangan, dengan penekanan khusus pada nilai modal perusahaan yang berwujud.
- Jaminan, dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang diikatkan atau dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada langganan. Secara umum jaminan terhadap piutang dapat terbagi dua yaitu jaminan fisik dan non fisik. Jaminan fisik berarti jaminan berbentuk barang seperti tanah, rumah, surat-surat berharga dan sebagainya. Jaminan non fisik berbentuk jaminan keyakinan tentang prospek dan kekuatan keuangan serta sifat yang dapat dipertanggungjawabkan. Jaminan non fisik dapat berupa jaminan orang.
- Kondisi perekonomian, menunjukkan pengaruh dari trend ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan langganan untuk memenuhi kewajibannya.

Informasi tentang faktor-faktor tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber lainnya :

1. Para pemasok (supplier) lain yang memberikan kredit kepada pelanggan tersebut dan bersedia untuk bertukar informasi.
2. Bank-bank komersial dimana para pelanggan berhubungan. Walaupun bank tidak dapat memberikan data tentang jumlah simpanan dan pinjaman para nasabahnya, akan tetapi informasi umum dapat diperoleh, misalnya rekening korang pelanggan.
3. Pengalaman perusahaan sendiri mengenai kebiasaan pembayaran pelanggan, yang dapat dilihat dari catatan pembayaran pelanggan tersebut.
4. Lingkungan pengusaha yang mengenal perusahaan pelanggan itu.
5. Sumber informasi yang lain adalah biro pelaporan kredit.

Disamping penilaian lima-C, dalam memilih pelanggan dapat diterapkan analisis diskriminan. Dalam analisis ini pertama-tama ditentukan faktor-faktor penting yang dapat membedakan baik buruknya seorang pelanggan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa : current ratio, quick ratio, debt to assets, inventory turnover, profit margin, dan rasio lainnya. Dari faktor-faktor tersebut dipilih beberapa faktor utama yang dipakai sebagai variable.

b. Batas kredit yang diberikan.

Pemberian kredit harus dibatasi sampai batas kemampuan membayar para pelanggan. Untuk menentukan batas kredit dapat digunakan rasio probabilitas kerugian atas penjualan kredit kepada pelanggan.

c. Syarat-syarat Penjualan Kredit.

Syarat-syarat kredit terdiri dari : periode kredit, periode potongan tunai dan tariff potongan tunai. Periode kredit adalah periode waktu antara tanggal terjadi penjualan kredit dan tanggal pelunasan kredit. Periode potongan tunai adalah periode waktu antara terjadinya penjualan kredit dan tanggal hilangnya kesempatan potongan tunai, Tarif potongan merupakan potongan atas harga pembelian yang akan diperoleh pembeli jika pelunasan dilakukan dalam periode potongan tunai.

d. Kebijakan Penagihan.

Proses penagihan memang mahal, baik dari sudut biaya uang yang nyata maupun hilangnya hubungan baik. Tetapi tetap diperlukan adanya ketegasan penagihan dan memperkecil kerugian langsung yang timbul karena tidak tertagihnya piutang.

Kebijakan penagihan berhubungan dengan prosedur penagihan terhadap piutang yang telah jatuh tempo atau melewati periode kredit. Untuk menggambarkan pengaruh dari usaha penagihan, kebijakan penagihan dapat dibagi atas aktif dan pasif. Kebijakan penagihan disebut aktif jika suatu prosedur penagihan diikuti dengan tegas. Kebijakan penagihan yang aktif mempunyai pengaruh yang positif dan negatif. Pengaruh dari kebijakan yang aktif adalah penurunan piutang tak tertagih. Kemudian, periode penagihan rata-rata juga dapat diturunkan. Disamping pengaruh positif, kebijakan yang aktif juga mempunyai pengaruh yang negatif yaitu naiknya biaya penagihan. Pengaruh yang lain adalah penurunan dalam volume penjualan. Hal ini disebabkan sebagian langganan tidak suka ditekan dalam hal penagihan, dan juga dapat berpindah ke perusahaan lain. Akibat dari kebijakan penagihan yang positif adalah sebaliknya.

Perusahaan harus mempunyai prosedur dalam penagihan piutang yang telah jatuh tempo. Banyak prosedur penagihan yang dapat dipergunakan. Usaha penagihan pertama harus dilakukan dengan sopan, dan jika kemudian piutang masih tidak tertagih usaha yang tegas dapat diterapkan. Usaha penagihan dapat berupa : penagihan melalui surat, telepon, mendatangi langsung, penagihan melalui upaya hukum, atau menggunakan tukang tagih profesional. Kebijakan penagihan dapat diterapkan sebagai berikut : misalnya setelah 20 hari piutang yang jatuh tempo tidak dilunasi, maka perusahaan menulis surat atau menghubungi dengan telepon. Jika setelah 60 hari piutang juga belum dilunasi, perusahaan dapat mengutus pegawai penagih atau salesman mengunjungi pelanggan yang menunda pelunasan. Jika sesudah 90 hari belum juga ada pembayaran, maka penyelesaiannya dilakukan melalui jalur hukum.

Apabila pelanggan tidak mampu lagi untuk membayar, maka usaha penagihan dihentikan dan diadakan penghapusan piutang tak tertagih. Metode yang digunakan adalah metode penyisihan piutang ragu-ragu agar informasi pada neraca lebih lazim dan tidak menyesatkan.

2. Prosedur Penjualan Kredit.

Secara garis besar, piutang dapat terjadi karena dua jenis transaksi, yaitu transaksi dari penjualan kredit dan transaksi lainnya.

Prosedur penjualan kredit melibatkan beberapa bagian yaitu bagian pesanan, bagian kredit, bagian faktur, bagian pengiriman barang dan bagian pembukuan. Fungsi dari tiap-tiap bagian itu adalah sebagai berikut :

a. Bagian pesanan.

Order-order atau pesanan penjualan dapat dilakukan sebagai berikut :

- Oleh langganan sendiri melalui alat-alat komunikasi elektronik seperti telepon. Pesanan ini menggunakan formulir pesanan khusus untuk mencatat informasi. Formulir diisi dalam rangkap dua. Dimana lembar kedua akan dikirimkan pada langganan untuk meminta konfirmasi.

- Oleh para penjual yang langsung mendatangi para langganan. Tiap pesanan dicatat dalam formulir-formulir pesanan khusus dalam beberapa lembar, yang ditandatangani oleh pelanggan, sebagai bukti adanya pemesanan yang dilakukan olehnya.
- Oleh para langganan dengan mengirimkan pesanan-pesanan pembelian formal atau melalui facsimile. Pesanan pembelian dari para langganan ini menjadi pesanan penjualan bagi perusahaan yang menjual.

Tembusan dari pesanan penjualan digunakan untuk membuat faktur-faktur penjualan dan untuk mengirimkan barang-barang yang dipesan. Jika hanya sebagian barang-barang pesanan yang dapat dikirimkan, maka bagian pesanan akan memberitahukan hal tersebut kepada langganan. Apabila langganan tidak keberatan, maka sebagian barang yang tersedit itu dikirim terlebih dahulu, sisal pesanan yang masih belum dikirimkan akan disimpan dalam map "sisa pesanan penjualan yang masih harus dipenuhi".

b. Bagian kredit

Selembaar dari pesanan penjualan dikirimkan ke bagian kredit untuk meminta persetujuan kredit. Dari saldo kredit dan batas kredit yang tercatat dalam kartu-kartu piutang dapat diketahui apakah langganan yang meminta pesanan pembelian masih dapat diberikan kredit atau tidak.

Jika pesanan disetujui untuk diberikan kredit yang baru, maka ditempuh dua prosedur sebagai berikut :

- Jika persediaan barang-barang di gudang cukup untuk memenuhi pesanan, maka pesanan yang telah disetujui dikirimkan ke bagian pembuatan faktur. Bagian ini membuat faktur sebelum barang dikirimkan. Satu lembar dari faktur penjualan dikirimkan ke bagian pengiriman barang sebagai bukti persetujuan pembungkusan dan pengiriman barang-barang yang dipesan.
- Jika tidak diketahui apakah persediaan barang-barang di gudang cukup atau tidak untuk memenuhi suatu pesanan, maka pesanan yang telah disetujui itu dikirimkan ke bagian pengiriman. Kemudian bagian pengiriman mengirimkan laporan pengiriman barang ke bagian faktur untuk dibuatkan faktur penjualannya.

c. Bagian Faktur.

Beberapa perusahaan menggunakan prosedur sebagai berikut : jika diterima pesanan penjualan, maka faktur penjualan, nota pengiriman barang dan dokumennya dikirimkan ke bagian pengiriman dan faktur penjualan ditahan sampai barang-barang selesai dikirimkan ke pelanggan. Kemudian selembaar dari faktur penjualan dikirimkan ke pelanggan dan satu lembar lagi dikirimkan ke bagian kredit untuk dicatat dalam kartu piutang yang bersangkutan.

Prosedur lainnya ialah selembaar dari order penjualan yang telah disetujui dikirimkan ke bagian pengiriman. Selembaar dari faktur penjualan dikirimkan kepada pelanggan dan selembaar lagi dikirimkan ke bagian pembukuan untuk dicatat dalam kartu piutang/kartu pelanggan yang bersangkutan. Dapat pula tembusan faktur-faktur penjualan itu dikumpulkan sehingga menjadi buku harian penjualan.

d. Bagian Pengiriman.

Bagian ini harus menerima persetujuan dan instruksi untuk setiap pengiriman barang, baik dalam bentuk pesanan penjualan yang telah disetujui atau tembusan dari faktur penjualan. Jika diperlukan, bagian pengiriman dapat membuat laporan pengiriman dalam rangkap tiga berdasarkan pesanan penjualan atau faktur penjualan. Satu lembar dari laporan pengiriman dikirimkan ke bagian faktur dan satu lembar lagi digunakan sebagai slip pengepakan, Jika ingin menghemat waktu

tembusan dari pesanan penjualan atau faktur penjualan dapat dikirimkan ke bagian pengiriman. Petugas bagian pengiriman menandatangani satu tembusan dan mengembalikannya ke bagian semula, yaitu bagian pesanan atau bagian faktur. Satu tembusan dimasukkan sebagai slip pengepakan dalam barang-barang yang sudah dibungkus dan satu lagi ditahan. Prosedur ini mengurangi pekerjaan administrasi dari bagian pengiriman.

e. Bagian Pembukuan.

Setelah dibuat faktur penjualan, maka satu lembar (yang asli) dikirim ke bagian pembukuan untuk dicatatkan ke buku harian penjualan, dan berdasarkan faktur penjualan asli ini dicatat ke buku tambahan piutang, diminta nantinya pada saat jatuh tempo faktur penjualan asli ini diikuti sebagai bukti penagihan piutang pada pelanggan.

Kadang-kadang langganan akan mengembalikan barang-barang yang telah dikirimkan. Prosedur retur tersebut akan melibatkan bagian pencatatan dan penghapusan piutang.

Barang yang telah dikembalikan tersebut akan diterima di gudang dan bukti pengembaliannya disampaikan kepada bagian kredit. Bagian kredit mencatat pengembalian tersebut dan disampaikan ke bagian faktur. Bagian faktur mengeluarkan memo kredit rangkap tiga. Lembar pertama kepada pembeli, lembar kedua disampaikan ke bagian akuntansi dan lembar ketiga dikirimkan ke bagian piutang.

Dalam prosedur piutang yang dijalankan oleh suatu perusahaan, harus diperhatikan bukti penjualan dan retur penjualan sebagai berikut :

- Barang belum dikirimkan tetapi telah dibukukan sebagai penjualan harus tidak dimasukkan ke dalam persediaan barang
- Nota kredit atas retur penjualan dan potongan harga harus disetujui dulu, baru dibukukan.
- Bukti penjualan harus didukung dengan bukti surat pesanan yang diterima dari langganan, pita cash register dan tembusan faktur penjualan.
- Langganan harus dicek jangan sampai palsu (fiktif) sehingga dipakai untuk menutupi kekurangan persediaan.
- Uang hasil penjualan tunai dicatat segera setelah berakhirnya suatu periode.
- Buku penjualan harus ditutup segera setelah berakhirnya suatu periode.
- Semua surat pesanan yang diterima harus disimpan secara teratur.
- Langganan harus dibebani biaya pengiriman sesuai dengan perjanjian.
- Faktur penjualan harus dikontrol (diawasi) secara teratur dan diberi nomor urut tercetak.

3. Metode Perencanaan Piutang.

Metode perencanaan piutang dapat dilakukan dengan membuat daftar biaya tanggungan piutang dan budget piutang.

a. Biaya tanggungan piutang

Biaya tanggungan piutang merupakan biaya yang harus kita keluarkan untuk mendukung investasi piutang itu. Biaya ini nihil apabila kebijaksanaan penjualan yang dipakai semuanya dalam bentuk tunai. Biaya tanggungan piutang ini akan mempengaruhi harga penjualan. Dalam menentukan harga penjualan kredit, maka harus diketahui biaya tanggungan piutang yang akan menjadi beban perusahaan.

b. Budget Piutang

Pada kebanyakan budget piutang, rentang waktu yang dipergunakan pada umumnya tidak melebihi satu tahun. Beberapa organisasi ada yang membuat budget piutang melebihi periode waktu satu tahun sebagai bagian dari perencanaan jangka

panjangnya. Budget seperti ini biasanya tidak begitu mendetail daripada untuk periode satu tahun saja.

Satu hal yang terpenting adalah bahwa manager harus mengerti bahwa budget merupakan alat untuk perencanaan dan pengawasan dan tidak berakhir di sini saja. Budget tidaklah menjadi yang terpenting sehingga menghalangi pencapaian tujuan organisasi. Dengan suatu penekanan tertentu, budget dapat membantu efektivitas manajemen organisasi.

Budget piutang dapat diproyeksikan dari budget penjualan dan pola penagihan piutang yang telah direncanakan oleh perusahaan.

3. Metode Pengawasan Piutang.

Ada dua metode yang paling umum dipergunakan dalam mengawasi piutang. Kedua metode pengawasan tersebut adalah :

a. Periode Penagihan Rata-rata.

Periode penagihan rata-rata (Average collection period) mengukur perputaran piutang, yang dihitung dalam dua tahap yaitu :

- Penjualan tahunan dibagi dengan 360 untuk menentukan penjualan rata-rata harian.
- Total piutang dibagi dengan penjualan rata-rata harian untuk memperoleh jumlah hari dimana penjualan terikat pada piutang.

Jumlah hari yang diperoleh dari tahap kedua ini merupakan periode penagihan rata-rata karena merupakan lamanya waktu rata-rata bagi perusahaan harus menunggu menerima pembayaran setelah terjadinya penjualan.

b. Daftar umur piutang (aging schedule).

Daftar umur piutang adalah suatu daftar mengenai saldo-saldo piutang pada buku tambahan piutang pada suatu tanggal tertentu. Daftar ini memberikan saldo piutang setiap pelanggan dan dibagi dalam kelompok umur yang berbeda. Istilah kelompok umur di sini merupakan periode waktu dimana piutang terjadi sejak waktu penjualan.

Dari daftar ini dapat diketahui keadaan komposisi piutang perusahaan secara umum dan juga secara individu. Daftar ini juga dapat memperoleh langganan yang lambat dalam pembayaran. Dengan demikian perusahaan harus menyelidikinya untuk memastikan bahwa syarat-syarat kredit yang telah ditetapkan dapat berjalan dengan baik, demikian halnya juga dengan usaha penagihan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Alexander Hamilton Institute Cash Flow Managemet, Terjemahan Soesanto Boedidarmo, Alex Media Komputindo, Jakarta, 1993.

Manullang, M., Pengantar Ekonomi Perusahaan, Liberty, Yogyakarta, Cetakan Kelima belas, 1991.

Hadibroto, H.S., Witarsa Oemar, Sistem Pengawasan Intern, Edisi Ketiga, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 1990.

Handoko, T., Hani, Manajemen, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, BPFE, UGM, Yogyakarta, 1990.

Sinaga Poltak, Pembelanjaan I, Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia, Medan, 1993.

- Smith, Jay M., Skousen, K, Fred, Intermediate Accounting, Ninth Edition, Terjemahan Alfonsus Sirait, Erlangga, Jakarta, 1990
- Weston, J. Fred, Brigham, Eugene F., Essentials of Managerial Finance, Seventh Edition, Terjemahan Khalid A.Q., Erlangga, Jakarta, 1995.
- Wilson, James D., Campbell, John B., Controllership, Third Edition, Terjemahan Tjintjin Fenix Tjandra, Erlangga, Jakarta, 1991.