

## EVALUASI PENERAPAN AKUNTANSI PIUTANG USAHA PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

Maylina Rahmad Eka Syahputri<sup>1)</sup> Amrie Firmansyah<sup>2)</sup>  
maylinameme12@gmail.com<sup>1)</sup>, amrie.firmansyah@gmail.com<sup>2)</sup>

<sup>1) 2)</sup> Politeknik Keuangan Negara STAN

### ABSTRACT

*This study aims to review the implementation of accounting policies that include account receivables management and its policies as well as internal controls applied in Micro, Small and Medium Enterprises. The object used in this research is PT. XYZ engaged in advertising services. The research method used in this study using qualitative methods. The study was conducted during the period of April-June 2018. Interviews with the informant were conducted during the second week and third week of April 2018. The selection of informant is based on knowledge capabilities related to the information in this study. The informant in this research is the staff of finance at PT. XYZ.*

*This study concludes that PT. XYZ generally has good accounts receivable management because PT XYZ has a collection procedure of receivable to clients. However, PT. XYZ does not yet have an adequate account receivable management policy because of PT. XYZ does not have good credit standards and credit terms, but the collection policy is quite effective by the company. Furthermore, PT. XYZ, in general, has performed internal control over the accounts receivable fairly well.*

**Keywords :** MSMEs, accounts receivable, accounting policy

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengulas kebijakan penerapan akuntansi piutang yang meliputi manajemen piutang, kebijakan pengelolaan piutang dan pengendalian internal yang diterapkan pada UMKM. Adapun objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. XYZ yang bergerak di bidang jasa periklanan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian dilakukan selama periode bulan April-Juni 2018. Wawancara kepada informan dilakukan pada Minggu kedua dan minggu ketiga bulan April 2018. Pemilihan informan didasarkan pada kemampuan pengetahuan terkait dengan informasi dalam penelitian ini. Informan pada penelitian ini adalah staf bidang keuangan pada PT. XYZ.*

*Penelitian ini menyimpulkan PT. XYZ secara umum memiliki manajemen piutang yang baik karena PT XYZ memiliki prosedur penagihan piutang PT. XYZ kepada klien. Namun, PT. XYZ belum memiliki kebijakan pengelolaan piutang usaha yang memadai karena PT. XYZ tidak memiliki standar kredit dan syarat kredit yang baik, namun kebijakan penagihan piutang sudah cukup efektif dilakukan oleh perusahaan. Selanjutnya, PT. XYZ secara garis besar telah melakukan pengendalian internal atas piutang usaha dengan cukup baik.*

**Kata kunci :** UMKM, piutang, kebijakan akuntansi

---

*Received:* 2018-09-04

*Revised:* 2019-05-14

*Accepted:* 2019-05-17

---

To cite this article:

Syahputri, M.R.E., Firmansyah, A., (2019). Evaluasi Penerapan Akuntansi Piutang Usaha Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan, 12 (1): 67-79, DOI: 10.22441/profita.2019.v12.01.002

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seringkali dihubungkan dengan modal yang terbatas, yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan dalam menjalankan sebuah usaha. Umumnya, jenis usaha ini erat berkaitan dengan masyarakat golongan menengah ke bawah. Namun, UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata karena UMKM mampu memperluas lapangan kerja dengan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Sabhan, 2015). Menurut data yang diperoleh dari catatan Kadin (Kamar Dagang Indonesia), jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Bahkan sejak tahun 2014, Indonesia termasuk Negara dengan jumlah pelaku usaha industri UMKM paling banyak diantara Negara-negara lainnya. Selama ini, UMKM telah memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 57,84 persen sampai dengan 60,34 persen. Tidak hanya itu, sektor UMKM juga telah mampu untuk membantu menyerap tenaga kerja di dalam negeri sekitar 96,99 persen sampai dengan 97,22 persen. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>)

Salah satu contoh dari sektor UMKM adalah perusahaan periklanan. Perusahaan periklanan adalah sebuah perusahaan yang membantu produsen dalam menangani perumusan perencanaan periklanan, membuat rancangan, menyiapkan materi, hingga mengurus pemasangan iklan di media massa dan media periklanan lainnya. (<https://web7crawler.wordpress.com>) Pengaruh globalisasi dan internasionalisasi membuat industri periklanan berkembang pesat. Banyak konsumen yang menaruh kadar prestis terhadap media massa yang digunakan dalam periklanan. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi, iklan menjadi sangat penting karena konsumen potensial akan memperhatikan iklan dari produk yang akan dibelinya. (<https://web7crawler.wordpress.com>)

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan periklanan tentu menjual jasa periklanan tidak hanya secara kas, namun juga secara kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang usaha dan akan terjadi aliran masuk kas pada saat jatuh tempo. Akan tetapi penjualan kredit juga akan menimbulkan berbagai risiko seperti tertundanya penerimaan kas, sehingga membutuhkan investasi yang lebih besar (Komariyah & Solihat, 2015). Selain itu, penjualan kredit juga mengakibatkan kerugian perusahaan karena penunggakan pembayaran piutang oleh pelanggan, dan bahkan ketidaktertagihan piutang (Komariyah & Solihat, 2015). Seiring dengan kondisi persaingan dalam sistem perdagangan yang semakin tajam, perusahaan akan berlomba-lomba untuk meningkatkan kinerjanya agar tetap bertahan dan semakin berkembang.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang mengulas terkait akuntansi pada UMKM meliputi sistem informasi akuntansi yang dilakukan oleh Meiliana & Dewi (2015), Rifani & Aini (2016) sistem informasi akuntansi untuk piutang yang dilakukan oleh Matawakil (2014), penerapan akuntansi yang dilakukan oleh Kurniawati et al. (2012), Hutagaol (2012), Putra (2018), pengelolaan modal kerja yang dilakukan oleh Margaretha & Hapsari (2015). Dengan demikian, masih belum terdapat penelitian yang membahas penerapan akuntansi untuk piutang pada UMKM.

Penelitian ini mengulas kebijakan penerapan akuntansi piutang yang meliputi manajemen piutang, kebijakan pengelolaan piutang dan pengendalian internal yang diterapkan pada UMKM. Adapun objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. XYZ yang bergerak di

bidang jasa periklanan dengan menawarkan tiga jasa, yaitu *Advertising*, *Event Activation*, dan *Production*. Bidang *Advertising* merupakan bidang yang berusaha menjembatani antara klien atau produsen dengan konsumen, bidang ini memberikan kemudahan bagi klien untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan memberikan informasi yang inovatif, kreatif, serta menarik minat konsumen. Penelitian ini menggunakan data dan informasi yang piutang selama tahun 2017 sehingga standar yang digunakan masih merujuk pada Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (2009), sedangkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (2017) mulai dikenakan kepada UMKM mulai 1 Januari 2018.

## KAJIAN PUSTAKA

Kieso et al. (2014) menyatakan bahwa piutang merupakan aset keuangan yang merupakan aset dalam instrumen keuangan dan klaim terhadap pelanggan dan lain-lain untuk uang, barang, atau jasa. Sementara itu Soemarso (2014) menyatakan bahwa piutang merupakan kebiasaan bagi perusahaan untuk memberikan kelonggaran-kelonggaran kepada para pelanggan pada waktu melakukan penjualan. Menurut Kieso et al. (2014) piutang dapat diklasifikasikan menjadi piutang dagang dan non dagang. Piutang dagang adalah jumlah yang terutang dari pelanggan untuk barang dan jasa yang telah diberikan sebagai bagian dari operasi bisnis yang normal pada perusahaan, yang diklasifikasikan sebagai menjadi piutang usaha dan wesel tagih. Sementara itu, piutang nondagang berasal dari berbagai transaksi seperti uang muka kepada karyawan dan piutang deviden dan bunga.

Pengakuan piutang usaha terjadi jika perusahaan melakukan transaksi penjualan secara kredit. Ikatan Akuntansi Indonesia (2017) menyatakan bahwa istilah pengakuan itu sendiri merupakan proses pembentukan suatu pos yang memenuhi definisi unsur serta kriteria pengakuan dalam neraca atau laporan laba rugi. Pengakuan piutang erat kaitannya dengan pengakuan pendapatan. Piutang yang berasal dari penjualan umumnya diakui pada waktu hak milik berpindah kepada pembeli. Piutang diakui dengan menggunakan basis akrual.

Piutang usaha dinilai pada harga pertukaran awal antar perusahaan dagang pihak ketiga, dikurangi penyesuaian untuk diskon tunai, retur penjualan serta penyisihan dan piutang tak tertagih yang menghasilkan nilai realisasi bersih, yaitu jumlah kas yang diharapkan akan tertagih (IAI, 2017). Piutang tidak tertagih merupakan salah satu resiko dari penjualan kredit. Piutang tak tertagih akan dijadikan sebagai beban operasional dari perusahaan. Untuk memperkecil resiko kredit yang disebabkan oleh penjualan barang atau jasa secara kredit, perusahaan harus memiliki manajemen kredit yang baik. Ada dua metode dalam akuntansi yang dapat digunakan dalam pencatatan piutang tak tertagih menurut Harrison Jr et al. (2013) yaitu metode penyisihan dan metode penghapusan langsung. Dalam metode penyisihan, perusahaan pada umumnya menyatakan jumlah tertentu piutang yang diperkirakan tidak dapat tertagih. Penyisihan piutang tak tertagih dapat dilakukan setiap periode karena pada saat piutang terjadi belum dapat dipastikan piutang mana yang dapat tertagih dan berapa jumlah yang dapat tertagih. Sedangkan apabila perusahaan menggunakan metode penghapusan langsung, maka perusahaan tidak perlu memperkirakan penyisihan atau penaksiran jumlah piutang yang tidak dapat tertagih. Pencatatan baru dilakukan jika piutang benar-benar tidak dapat tertagih. Pada umumnya perusahaan lebih menyukai melakukan penjualan secara kredit dibandingkan dengan penjualan secara tunai. Penjualan secara kredit oleh perusahaan akan mengakibatkan terjadinya piutang. Piutang yang timbul dapat diklasifikasikan sebagai piutang usaha atau wesel tagih, tergantung dengan jangka waktu yang telah ditetapkan. Istilah piutang menurut Kieso et al. (2014), piutang juga merupakan aset keuangan yang merupakan aset dalam instrumen keuangan. Piutang

(sering disebut sebagai pinjaman dan piutang) adalah klaim terhadap pelanggan dan lain-lain untuk uang, barang, atau jasa.

Manajemen piutang merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam bentuk klaim terhadap debitur yang melaksanakan akibat transaksi penjualan secara kredit. Brigham & Houston (2013) menyatakan bahwa manajemen piutang dimulai dengan pengambilan keputusan apakah perusahaan akan memberikan kredit atau tidak, dalam manajemen piutang juga terdapat cara-cara piutang perusahaan dibentuk dan beberapa cara alternative untuk memantau piutang. Pemantauan terhadap piutang harus dilakukan, karena jika tidak piutang akan menumpuk menjadi sesuatu yang berlebihan, yang akan mengakibatkan arus kas menurun dan piutang tak tertagih dapat menutupi labar dari penjualan perusahaan.

Sebuah perusahaan mengelola piutangnya tergantung pada apa yang dijual perusahaan secara kredit. Menurut Warren et al. (2015), perusahaan berupaya membatasi nilai piutang tak tertagih dengan menerapkan berbagai perangkat pengendalian. Adapun dua metode akuntansi untuk mencatat piutang yang diperkirakan tidak dapat tertagih, yaitu dengan metode penyisihan dan metode penghapusan langsung. Oleh karena itu, peran manajer keuangan sangat dibutuhkan dan tentu sangat berpengaruh dalam pengelolaan piutang yang berkaitan erat dengan aktivitas keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Piutang merupakan aset yang cukup material. Oleh karena itu diperlukan kebijakan pengelolaan yang efektif dan efisien dari perusahaan. Menurut Soemarso (2014), hal penting yang harus diperhatikan oleh pimpinan perusahaan adalah memastikan agar piutang dapat ditagih tepat waktu. Misalnya apabila syarat penjualan yang diberikan adalah 2/10, n/30, maka pimpinan perusahaan harus berusaha agar piutang yang berhubungan dengan penjualan tersebut telah dapat ditagih pada hari ke sepuluh setelah dikeluarkannya faktur dan akan diberikan potongan sebesar 2% kepada debitur dalam transaksi ini. Akan tetapi apabila debitur tidak bersedia membayar utangnya pada hari ke sepuluh setelah tanggal faktur, pimpinan perusahaan harus bekerja keras agar tagihan tersebut dapat dilunasi pada hari ke tiga puluh setelah tanggal faktur. Akan tetapi pihak debitur tidak lagi mendapatkan potongan sebesar 2%. Apabila pimpinan perusahaan sudah dapat menagih piutang atas transaksi tersebut, maka kerugian yang disebabkan oleh ketidaktertagihan piutang dapat diminimalisir.

Brigham & Houston (2013) menyatakan bahwa kebijakan kredit merupakan sekumpulan yang meliputi empat variabel yaitu periode Kredit yang merupakan waktu yang telah ditentukan dan diberikan kepada pembeli untuk membayar pembeliannya, diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli untuk pembayaran lebih awal, standar kredit yang mengacu kredit mengacu pada kemampuan keuangan yang diminta dari pelanggan kredit yang layak untuk diterima, kebijakan penagihan mengacu pada prosedur yang digunakan untuk menagih rekening-rekening yang telah lewat waktu jatuh temponya, termasuk penggunaan pemaksaan atau kelonggaran yang dilakukan dalam proses.

Selanjutnya, sistem pengendalian internal meliputi struktur organisasi, metode, dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen (Mulyadi, 2015). Sementara, menurut COSO (*The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*), pengendalian internal adalah sebuah proses yang dihasilkan oleh dewan direktur, manajemen dan personel lainnya, yang didesain untuk memberikan jaminan yang masuk akal yang memperhatikan tercapainya tujuan organisasi yaitu efektif dan efisiensinya operasi; menghasilkan laporan keuangan yang terpercaya (*Reliability*); serta tunduk pada hukum dan aturan yang berlaku. Pengendalian internal sangat berperan penting dalam mencegah kerugian atau pemborosan sumber daya perusahaan. Pengendalian

internal juga dapat menyediakan informasi tentang bagaimana menilai kinerja perusahaan dan manajemen perusahaan.

Salah satu pengendalian internal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah pengendalian internal atas piutang. Piutang timbul karena penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan. Pemberian piutang dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah penjualan bagi sebuah perusahaan. Dengan meningkatnya jumlah penjualan, maka diharapkan perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan. Namun seiring diterapkannya penjualan kredit, terdapat beberapa resiko atas penjualan kredit itu sendiri. Atas resiko tersebut, maka diperlukan suatu pengendalian internal yang baik terhadap piutang dengan tujuan meyakini kebenaran jumlah piutang yang ada yang benar-benar menjadi hak milik perusahaan, meyakini bahwa piutang yang ada dapat ditagih, ditaatinya kebijakan-kebijakan mengenai piutang, piutang aman dari penyalahgunaan.

Pada prinsipnya sistem pengendalian internal harus meminimalkan dan mendeteksi, serta memperbaiki kesalahan ketika terjadi. Pelaksanaan sistem pengendalian terhadap piutang harus menghasilkan kepastian bahwa semua transaksi piutang telah dibukukan dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Romney & Steinbart (2014) pengendalian intern terhadap piutang dimulai dari penerimaan pesanan penjualan, lalu persetujuan atas pesanan, persetujuan atas pemberian kredit, pengiriman barang, pembuatan faktur, verifikasi faktur, pembukuan piutang, penagihan piutang, yang akhirnya akan mempengaruhi saldo kas atau bank. Dalam hal ini harus diperhatikan juga mengenai potongan penjualan dan retur penjualan dan menentukan tindakan apa yang akan dilakukan agar pengelolaan piutang berjalan dengan efisien.

Terkait dengan UMKM Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendefinisikan usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Sementara itu, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Selanjutnya, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini

Berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan, menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria UMKM dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

No.	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 juta
2.	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 milyar
3.	Usaha Menengah	>500 juta – 10 milyar	>2,5 milyar – 50 milyar

Sumber: Undang-undang nomor 20 tahun 2008

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian dilakukan selama periode bulan April-Juni 2018. Wawancara dilakukan kepada informan yang merupakan staf bidang keuangan pada PT. XYZ. Adapun garis besar item yang

ditanyakan dalam wawancara meliputi manajemen piutang, kebijakan pengelolaan piutang, pengendalian piutang. Wawancara dilakukan pada Minggu kedua dan ketiga April 2018. Selain wawancara dilakukan dengan review literatur dan review dokumen yang diberikan oleh informan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM seringkali dihubungkan dengan modal yang terbatas, yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan dalam menjalankan sebuah usaha. Umumnya, jenis usaha ini erat berkaitan dengan masyarakat golongan menengah ke bawah. Salah satu contoh dari UMKM adalah PT. XYZ yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa khususnya di bidang jasa periklanan di Kota Surabaya. PT. XYZ dapat dikategorikan sebagai UMKM karena setiap tahunnya PT. XYZ memiliki hasil penjualan atau omzet antara Rp2.500.000.000 sampai dengan Rp50.000.000.000, serta total asset setiap tahunnya antara Rp500.000.000 sampai dengan Rp10.000.000.000.

Pada tahun 2016, total asset dari PT XYZ adalah sebesar Rp2.953.450.897 dan untuk hasil pendapatan atau omzetnya adalah sebesar Rp8.468.349.739, sedangkan pada tahun 2017, PT. XYZ memiliki jumlah asset sebesar Rp2.503.754.215 dan memiliki omzet sebesar Rp10.836.488.276. Berdasarkan data dan informasi tersebut, maka PT.XYZ dapat dikelompokkan sebagai UMKM dengan spesifikasi perusahaan menengah karena nilai asset dan hasil penjualannya dalam satu tahun memenuhi syarat sebagai badan usaha kelompok menengah.

Transaksi yang digunakan oleh PT. XYZ merupakan transaksi selama tahun 2017 sehingga kebijakan akuntansi masih mengacu kepada SAK ETAP walaupun saat ini telah terdapat SAK EMKM, namun SAK EMKM baru berlaku tanggal 1 Januari 2018. SAK ETAP merupakan pedoman bagi entitas tanpa akuntabilitas publik misalnya perusahaan komersial yang tidak memiliki akuntabilitas publik yang signifikan, serta untuk perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan untuk tujuan umum bagi pengguna eksternal. Sementara, SAK EMKM merupakan standar akuntansi yang dirancang secara khusus sebagai patokan standar akuntansi keuangan pada UMKM.

Secara teknis PT. XYZ memiliki prosedur-prosedur dalam melakukan penjualan kredit kepada pelanggan. Prosedur yang dijalankan melibatkan beberapa divisi dalam perusahaan. Divisi yang paling banyak terlibat yaitu divisi marketing atau *event*, *finance*, dan *accounting*. Sebelum terbit surat penawaran harga, jika klien berminat untuk melakukan pembelian jasa dari PT. XYZ maka klien harus menghubungi divisi *marketing* atau *event*. Setelah itu kedua belah pihak akan melakukan negosiasi sampai akhirnya menemukan kesepakatan bersama, terutama dalam hal pembayaran. Selanjutnya, kesepakatan yang diperoleh akan menjadi acuan bagi divisi *marketing* untuk membuat Rencana Anggaran Belanja (RAB). RAB tersebut kemudian diajukan oleh divisi *marketing* kepada divisi *finance*. Setelah itu divisi *finance* melakukan pengujian apakah dokumen yang diperlukan telah dipenuhi oleh klien, serta melakukan pengujian atas tingkat kewajaran RAB. Setelah divisi *finance* menyetujui RAB tersebut maka diterbitkan Surat Penawaran Harga (SPH) kepada klien. Setelah itu klien mengirimkan dokumen Purchase Order (PO) kepada PT. XYZ. Setelah semua dokumen disetujui dan kontrak telah ditandatangani, PT. XYZ mulai menjalankan jasa yang diminta oleh klien.

Pada saat itu juga, divisi *finance* dan divisi *accounting* mulai mempersiapkan dokumen-dokumen untuk menerbitkan *invoice* tagihan. Invoice tagihan akan diberikan kepada klien. Banyak klien yang memilih untuk melakukan pembelian secara kredit, karena hal tersebut mungkin dapat menguntungkan klien. Tidak dapat dipungkiri bahwa di dalam penjualan kredit

pasti terdapat risiko-risiko yang didapatkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, PT XYZ selaku perusahaan pemberi jasa harus memiliki manajemen piutang yang baik. Saat melakukan penagihan piutang kepada klien, PT. XYZ melakukan komunikasi dengan pihak klien khususnya dengan divisi *finance* dari pihak klien melalui telepon atau *email*. Pada saat itu juga, PT XYZ mengharapkan bahwa klien dapat dengan segera membayar semua piutangnya. Namun, kadang-kadang perkiraan yang telah dilakukan tidak sesuai dengan kenyataannya. Biasanya klien sering menunda-nunda kewajibannya untuk memenuhi pembayaran utang kepada PT. XYZ. Ketika saat itu klien tidak segera membayar piutangnya, maka PT. XYZ menghubungi kembali dengan cara yang sama namun ke divisi *marketing* klien dan meminta tolong untuk disampaikan kepada divisi *finance*. Setelah dua kali dihubungi dengan cara tersebut, akan tetapi klien tidak segera membayar kewajibannya, maka PT. XYZ mengeluarkan surat tagihan berupa jumlah piutangnya kepada perusahaan klien atau langsung kepada pimpinan perusahaan dari klien tersebut.

Menurut Warren (2015), perusahaan berupaya membatasi nilai piutang tak tertagih dengan menerapkan berbagai perangkat pengendalian. Adapun dua metode akuntansi untuk mencatat piutang yang diperkirakan tidak dapat tertagih, yaitu dengan metode penyisihan dan metode penghapusan langsung. Oleh karena itu, peran manajer keuangan sangat dibutuhkan dan tentu sangat berpengaruh dalam pengelolaan piutang yang berkaitan erat dengan aktivitas keuangan perusahaan secara keseluruhan. Ketika PT. XYZ telah mengeluarkan surat tagihan, namun klien tidak juga membayar utangnya, PT. XYZ akan tetap melakukan hal yang sama dan seharusnya di dalam prosedur yang dimiliki PT. XYZ harus menyisihkan piutang tersebut sebagai penyisihan piutang tidak tertagih apabila telah melebihi masa jatuh tempo. Namun pada kenyataannya, PT XYZ tidak mengakui penyisihan piutang tidak tertagih. Piutang tersebut tetap diakui sebagai piutang sampai pelanggan melunasi seluruh kewajibannya.

Jika dilihat dari manajemen piutang yang dijalankan oleh PT. XYZ, diperoleh informasi bahwa PT. XYZ tidak melakukan penyisihan piutang. Tentu saja hal tersebut akan berdampak pada perlakuan akuntansi dari perusahaan. Ketika PT. XYZ tidak melakukan penyisihan piutang, maka akan terjadi kelebihan pencatatan piutang yang diakui di dalam neraca perusahaan (*overstated*). Dan apabila PT. XYZ juga tidak melakukan penyisihan piutang tidak tertagih, maka akan berdampak juga pada laporan laba rugi perusahaan. PT. XYZ akan mengalami kelebihan (*overstated*) laba rugi (*net income*) karena tidak dilakukan pencatatan atas pengakuan beban penyisihan piutang tidak tertagih. Hal tersebut juga akan berdampak pada ekuitas khususnya pada laba ditahan (*retained earnings*), ketika laba rugi mengalami kelebihan pencatatan maka *retained earnings* juga akan mengalami kelebihan pencatatan.

Piutang usaha dapat terjadi karena akibat dari pembelian barang atau jasa secara kredit, memberikan jasa terlebih dahulu baru menerima pembayaran dalam beberapa bulan kemudian sesuai dengan perjanjian yang ditetapkan oleh kedua pihak. Pada PT. XYZ piutang yang terjadi bermula dari kesetiaan klien untuk membeli jasa dari PT. XYZ. Perusahaan tidak menerapkan perbedaan untuk syarat pengajuan pembelian kredit bagi klien lama dan klien baru. Semua klien dapat mengajukan pembelian jasa secara kredit apabila telah memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh PT. XYZ.

Standar penjualan kredit yang diterapkan oleh PT. XYZ belum menggambarkan bahwa piutang yang dikelola perusahaan mencapai titik yang optimal. Hal ini digambarkan oleh tidak adanya standar kredit tertentu apabila klien ingin mengajukan pembelian kredit kepada perusahaan. PT. XYZ menganggap semua klien berstatus sama, dan semua klien akan diterima pengajuan kreditnya, apabila dalam kedua belah pihak telah mencapai kesepakatan bersama mengenai kontrak tersebut. Dilihat dari sisi klien, hal tersebut memberikan keuntungan yang

lebih besar terhadap klien yang memiliki keinginan untuk melakukan transaksi dengan pembayaran secara kredit karena tidak terdapat syarat khusus yang harus dipenuhi oleh klien. Namun apabila dilihat dari sisi perusahaan, hal tersebut justru merugikan PT. XYZ sendiri karena tidak terdapat standar yang jelas untuk penerimaan suatu kredit pelanggan, yang nantinya akan berdampak pada kebijakan pada masa yang akan datang.

Brigham & Houston (2013) menyatakan bahwa kebijakan kredit merupakan sekumpulan yang meliputi empat variabel yaitu periode kredit, diskon, standar kredit, dan kebijakan penagihan. Keempat variabel tersebut sangatlah penting untuk menentukan kebijakan kredit seperti apa yang akan diambil oleh perusahaan. Tidak ditetapkannya standar kredit yang jelas akan menimbulkan risiko kredit yang semakin tinggi bagi perusahaan. Risiko yang dimaksud adalah risiko ketidaktertagihan piutang usaha. Semua perusahaan termasuk PT. XYZ tidak dapat memastikan piutang mana yang akan tertagih lebih dulu dan piutang mana dapat dilunasi di awal perjanjian kontrak. Oleh karena itu, diperlukan adanya suatu standar kredit yang tepat dan jelas agar PT. XYZ juga mampu menilai kinerja dan kondisi perusahaan klien apakah klien mampu untuk melunasi kewajibannya di masa yang akan datang.

Langkah untuk mengatasi pengelolaan piutang guna mencapai pengelolaan yang optimal bagi PT. XYZ kedepannya adalah dengan memperbaiki standar kredit yang lama dengan cara menyeleksi calon klien baru. Program menyeleksi klien baru merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh PT. XYZ sebelum memutuskan untuk memberikan persetujuan kepada klien untuk melakukan pembelian secara kredit. Selain itu menyeleksi pelanggan juga dapat memberikan tanggung jawab kepada pelanggan untuk bisa melunasi kewajibannya tepat pada waktu pembayarannya. Tujuan dari menyeleksi pelanggan ini adalah agar PT. XYZ mengetahui latar belakang klien, kondisi dan kinerja perusahaan klien, serta kemampuan klien untuk melunasi kewajiban-kewajibannya secara tepat dan akurat, sehingga dapat memperkecil risiko ketidaktertagihan piutang yang terjadi.

Penilaian perusahaan terhadap calon pemohon kredit adalah suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan pembeli kredit. Menurut Sudana (2015) terdapat lima unsur yang dapat digunakan untuk menganalisa apakah perusahaan akan memberikan kredit kepada klien atau tidak. Kelima unsur tersebut biasa disebut dengan syarat *five C's of credit*. Pertama adalah *character*, menggambarkan data tentang kepribadian dari calon klien sehingga mengacu terhadap keinginan dan kemauan klien untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan. PT. XYZ dapat menyeleksi klien yang akan mengajukan kredit dengan melihat keinginan dan kemauan klien untuk memenuhi kewajibannya setelah PT. XYZ mengajukan syarat-syarat tertentu. Namun pada kenyataannya, PT. XYZ belum dapat menerapkan kebijakan yang berkaitan dengan unsur tersebut. Kedua, *capacity yang* menggambarkan kemampuan calon klien untuk mengelola usahanya yang dapat dilihat dari pengalaman mereka dalam mengelola usahanya, atau sejarah perusahaan mana saja yang pernah dikelola. Penilaian dengan mengaitkan unsur *capacity* ini akan mendorong PT. XYZ untuk dapat menilai kemampuan klien dalam mengelola usahanya. PT. XYZ juga dapat menilai bagaimana kondisi dan kinerja perusahaan yang akan diberikan persetujuan kredit. Jadi, tidak semua klien mendapatkan persetujuan kredit dari PT. XYZ. Namun berdasarkan kejadian di lapangan, PT. XYZ hanya menilai perusahaan klien secara sekilas saja. Ketiga, *Capital* merupakan penilaian yang menggambarkan kondisi kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang dikelolanya. Dengan penilaian ini PT. XYZ dapat melihat kondisi kekayaan yang dimiliki oleh klien melalui neraca, laporan laba rugi, struktur modal, dan lain sebagainya. Selain dapat melihat kondisi tersebut, PT. XYZ juga dapat melihat ketersediaan dana dan kekuatan keuangan dari calon klien terutama dari modal yang dimiliki. Penilaian dengan unsur *capital* sudah diterapkan oleh PT. XYZ sejak beberapa tahun yang lalu. Keempat, *collateral* merupakan

penilaian yang dapat mengidentifikasi apa jaminan yang mungkin bisa disita apabila ternyata calon klien benar-benar tidak bisa memenuhi kewajibannya. PT. XYZ dapat melakukan penyitaan terhadap barang yang dijaminakan apabila nanti piutang tersebut benar-benar tidak dapat tertagih. Jadi PT. XYZ harus mengidentifikasi nilai aset dari klien. Kelimat, *condition* yang dijadikan sebagai pertimbangan kondisi ekonomi yang dikaitkan dengan prospek usaha calon klien. Hal tersebut dilakukan karena ada suatu usaha yang tergantung pada kondisi perekonomian negara, sehingga PT. XYZ juga perlu mengaitkan kondisi ekonomi yang terjadi pada saat ini dengan klien yg akan mengajukan kredit.

Berdasarkan informasi yang diperoleh, PT. XYZ menetapkan persyaratan kredit yang diberikan kepada pelanggan yaitu 0/0, n/30 hari untuk mengelola piutangnya. Arti dari 0/0 adalah tidak ada potongan khusus atau diskon untuk pelanggan yang membayar piutangnya dalam jangka waktu yang telah oleh kedua perusahaan. Sedangkan n/30 berarti batas pembayaran atau jangka waktu pembayaran yang harus dilakukan oleh klien. Batas waktu tersebut adalah 30 hari setelah faktur diterbitkan. Persyaratan kredit yang diberikan oleh PT. XYZ kepada pelanggan belum bisa menghasilkan keuntungan kepada perusahaan klien, karena pada umumnya klien lebih menyukai pembayaran yang tepat pada tanggal jatuh tempo, bahkan bisa jadi klien membayar melebihi tanggal jatuh tempo yang ditetapkan perusahaan.

Biasanya klien sering menunda-nunda untuk membayar utangnya kepada PT. XYZ dengan alasan dokumen yang tidak lengkap. Alasan lainnya yang sering digunakan oleh klien agar tidak segera membayar kewajibannya adalah kurangnya *evidence* atau bukti fisik. Jika hal ini terus menerus dibiarkan tanpa adanya perubahan maka risiko kredit yang dihadapi oleh PT. XYZ akan semakin besar. Apabila dilihat dari persyaratan kredit yang diberikan oleh PT. XYZ kepada pelanggan, persyaratan tersebut kurang bisa menarik minat atau mendorong pelanggan untuk dengan sesegera mungkin melunasi kewajibannya. Hal tersebut akan berdampak pada penurunan percepatan target perputaran piutang yang diharapkan di setiap tahun.

Pada tahun 2017, hampir semua pelanggan tidak membayar utangnya pada jangka waktu yang telah ditentukan. Upaya yang harus dilakukan oleh PT. XYZ adalah dengan cara memperbaiki persyaratan kredit yang lama. Upaya persyaratan kredit harus diberikan oleh PT. XYZ agar pelanggan mampu melunasi kewajibannya lebih cepat sehingga perusahaan mampu mempercepat periode pengumpulan piutang. Misalnya PT. XYZ memberikan persyaratan kredit 2/10, n/30. Persyaratan kredit tersebut mempunyai maksud yaitu pelanggan yang membayar dalam jangka waktu 10 hari dari jangka waktu maksimal 30 hari setelah barang diterima akan mendapatkan potongan harga khusus atau diskon sebesar 2%. Akan tetapi jika pelanggan tidak mengambil kesempatan diskon yang diterapkan oleh PT. XYZ maka pelanggan harus membayar dengan jumlah seluruhnya maksimal 30 hari. Apabila PT. XYZ telah menerapkan kebijakan yang baru tersebut, PT. XYZ akan memperoleh dua keuntungan yaitu dapat menarik pelanggan baru karena diskon yang ditetapkan oleh PT. XYZ. PT. XYZ merupakan acuan bagi pelanggan akan mendapatkan penurunan harga. Keuntungan selanjutnya adalah jangka waktu penagihan piutang kepada pelanggan menjadi jauh lebih cepat daripada periode-periode sebelumnya, karena ada minat pelanggan untuk membayar lebih cepat dan mendapatkan diskon. Apabila PT. XYZ ingin memiliki syarat kredit yang baik maka PT. XYZ harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu sifat ekonomik produk, kondisi PT. XYZ, kondisi klien, periode kredit, potongan tunai, tingkat bunga bebas risiko.

Proses penagihan piutang yang dilakukan oleh PT. XYZ sebenarnya sudah menunjukkan penagihan yang efektif. PT. XYZ melakukan penagihan piutang melalui telepon dan *email* kepada klien khususnya kepada divisi *finance* yang bersangkutan pada saat jatuh tempo pembayaran. Apabila sampai dengan jatuh tempo pembayaran piutang tidak tertagih, maka PT. XYZ akan mencoba menghubungi kembali klien tersebut melalui divisi *marketing* untuk

meminta tolong agar pesan ini disampaikan kepada divisi *finance* dari pihak klien. Ketika kedua cara tersebut sudah dilakukan namun belum terdapat tanda-tanda positif dari klien untuk melunasi kewajibannya, PT. XYZ akan mengirimkan surat tagihan yang ditujukan langsung kepada pimpinan perusahaan klien. Hal tersebut akan terus dilakukan sampai akhirnya piutang tersebut dapat dilunasi oleh klien. Namun hal yang harus diperbaiki oleh PT. XYZ adalah dalam penagihan piutang apabila piutang tersebut tidak segera tertagih, mungkin bisa dilakukan kunjungan kepada klien dan menetapkan perjanjian ulang agar dapat memberikan dampak positif terhadap PT. XYZ untuk meningkatkan kebijakan dalam mengelola piutang usahanya.

Terdapat beberapa dampak akuntansi yang akan terjadi kepada perusahaan apabila PT. XYZ tidak memiliki kebijakan pengelolaan piutang usaha yang baik. Misalnya ketika PT. XYZ terus menerus menyetujui permintaan kredit dari para klien, hal tersebut tentu akan meningkatnya pendapatan perusahaan. Namun sebenarnya PT. XYZ tidak memperoleh uang tunai dalam transaksi tersebut. Berarti pembayaran piutang dari klien lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan pada periode tersebut. Hal ini akan menyebabkan penurunan arus kas. Apabila jumlah piutang dibiarkan terus bertambah tetapi tidak diikuti dengan pembayaran piutang, maka tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut dapat menggerogoti aset PT. XYZ

Pengendalian internal sangat berperan penting dalam mencegah kerugian atau pemborosan sumber daya perusahaan. Pengendalian internal juga dapat menyediakan informasi tentang bagaimana menilai kinerja perusahaan dan manajemen perusahaan. Pengendalian internal sangat berperan penting dalam mencegah kerugian atau pemborosan sumber daya perusahaan. Pengendalian internal juga dapat menyediakan informasi tentang bagaimana menilai kinerja perusahaan dan manajemen perusahaan. Berdasarkan informasi yang telah diperoleh dengan cara wawancara dengan salah satu pegawai, maka dapat disimpulkan bahwa PT. XYZ secara garis besar telah melakukan pengendalian internal atas piutang usaha dengan cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari penyelenggaraan unsur-unsur pengendalian intern dengan baik.

Pertama, lingkungan pengendalian, PT. XYZ dapat dikatakan memiliki lingkungan pengendalian yang baik karena dari hasil wawancara dengan narasumber, PT. XYZ menerapkan pengendalian internal yang baik misalnya berupa pemisahan tugas dan tanggung jawab pegawai, serta adanya pendelegasian wewenang. Biasanya perusahaan mengadakan pelatihan atau diklat untuk pegawai dengan tujuan mendorong terciptanya sumber daya manusia yang baik serta meningkatkan kinerja perusahaan. PT. XYZ juga memberikan berbagai macam tunjangan dan bonus kepada karyawannya sesuai dengan kinerja masing-masing karyawan. Insentif seperti ini dilakukan perusahaan juga dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Apabila kinerja sumber daya manusia meningkat dan terpenuhi maka yang diharapkan oleh PT. XYZ adalah kinerja karyawan juga meningkat. Seolah-olah perusahaan punya hak untuk menuntut karyawannya untuk meningkatkan kinerja dan kreatifitasnya guna mencapai tujuan utama perusahaan. Kedua, penilaian risiko, sebelum memberikan persetujuan atas pembelian kredit yang diajukan oleh klien, PT. XYZ harus melakukan penilaian risiko terlebih dahulu. Risiko terbesar yang dihadapi oleh PT. XYZ sebagai perusahaan yang melakukan penjualan secara kredit adalah risiko tidak terbayarnya piutang usaha atau kredit macet. Untuk mengantisipasi hal ini PT. XYZ telah mempunyai prosedur dan kebijakan kredit untuk mengawasi dan mengendalikan resiko tersebut, namun belum dijalankan secara maksimal. Apabila terdapat suatu kredit macet, PT. XYZ akan terus menagih kepada pelanggan akan piutang tersebut melalui telepon atau *email*. Namun apabila dengan cara tersebut klien belum juga memenuhi kewajibannya, PT. XYZ akan mengirimkan surat tagihan yang akan disampaikan langsung kepada pemimpin perusahaan.

Ketiga, informasi dan komunikasi, sistem informasi dan komunikasi yang dilakukan PT. XYZ terhadap pengelolaan piutang usaha telah berjalan efektif, hal ini ditandai dengan sistem komputerisasi yang telah digunakan oleh PT. XYZ dalam pengelolaan piutang. Semua data mengenai piutang telah disajikan ke dalam sistem. Oleh karena itu, PT. XYZ dapat dengan mudah mengontrol data mengenai piutang usaha apabila di kemudian hari ditemukan permasalahan yang berdampak cukup signifikan. Keempat, aktivitas pengendalian, PT. XYZ telah melakukan aktivitas pengendalian dengan cukup baik. Aktivitas pengendalian yang dilakukan oleh PT. XYZ yang pertama adalah pengawasan pemrosesan transaksi. Semua dokumen yang berkaitan dengan piutang usaha pasti diberi nomor masing-masing agar tidak terjadi pencatatan ganda dan tidak ada transaksi yang tidak dicatat serta telah diotorisasi dengan tepat oleh pimpinan PT. XYZ sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Aktivitas pengendalian yang selanjutnya diterapkan oleh PT. XYZ adalah pemisahan tugas dan fungsi yang memadai. PT. XYZ telah melakukan pemisahan tugas dan fungsi dengan baik. Pengendalian ini dilakukan terhadap semua karyawannya. Tidak seorangpun karyawan yang mempunyai pekerjaan ganda. Karena hal tersebut dapat menimbulkan kecurangan yang tidak diinginkan dan merugikan perusahaan.

Kelima, monitoring, struktur organisasi lini yang diterapkan perusahaan sangat membantu pemantauan kinerja karyawan bagian oleh masing-masing kepala bagian dimana setiap karyawan memiliki tanggung jawab untuk melapor hanya kepada kepala bagian masing-masing dan hanya boleh menerima instruksi dari kepala bagian yang bersangkutan. Hal tersebut juga telah diterapkan oleh PT. XYZ. Kepala bagian selalu melakukan pemantauan terhadap kinerja karyawannya, dan karyawan hanya boleh menerima instruksi dari kepala bagian yang bersangkutan. Kemudian masing-masing kepala bagian akan bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan atas kinerja dari masing-masing divisi yang dibawahinya. Apabila PT. XYZ tidak memiliki kebijakan pengendalian piutang usaha maka dampak akuntansinya adalah pada laporan keuangannya. Laporan keuangan yang disajikan belum dapat dikatakan akurat secara keseluruhan. Hal tersebut juga berkaitan dengan apabila perusahaan tidak memiliki manajemen piutang yang baik dan kebijakan pengelolaan piutang yang baik. Semua itu akan berdampak pada keandalan laporan keuangan, serta tidak akan terjadi kelebihan dan kekurangan pengakuan dan pencatatan transaksi keuangan.

## **PENUTUP**

PT. XYZ secara umum memiliki manajemen piutang yang baik. Hal ini dapat dilihat dari prosedur penagihan piutang PT. XYZ kepada klien. Pada saat penagihan piutang kepada klien, PT. XYZ melakukan komunikasi dengan pelanggan khususnya bagian *finance* melalui telepon atau email. Pada saat itu juga diharapkan pelanggan dengan segera membayar piutangnya. Ketika saat itu pelanggan tidak segera membayar piutangnya, maka PT. XYZ menghubungi kembali dengan cara yang sama namun ke bagian *marketing* klien untuk disampaikan ke bagian *finance*. Setelah dua kali dihubungi dengan cara tersebut, akan tetapi pelanggan tidak segera membayar kewajibannya, maka PT. XYZ mengeluarkan surat tagihan ke perusahaan klien atau langsung kepada pimpinan perusahaan.

PT. XYZ belum memiliki kebijakan pengelolaan piutang usaha yang memadai karena PT. XYZ tidak memiliki standar kredit dan syarat kredit yang baik, namun kebijakan penagihan piutang sudah cukup efektif bagi perusahaan. Standar penjualan kredit yang diterapkan oleh PT. XYZ juga belum menggambarkan bahwa piutang yang dikelola perusahaan mencapai titik optimal. Hal ini digambarkan oleh tidak adanya standar kredit tertentu apabila klien ingin mengajukan kredit kepada perusahaan. Semua klien dianggap sama, dan semua klien akan diterima pengajuan kreditnya, apabila dalam kedua belah pihak telah mencapai kesepakatan

bersama mengenai kontrak tersebut. PT. XYZ juga belum meliki syarat kredit yang baik. Hal ini digambarkan oleh tidak adanya syarat kredit yang menarik yang diberikan kepada klien. PT. XYZ tidak memberikan diskon khusus kepada klien yang dapat melunasi kewajibannya dalam jangka waktu yang telah ditentukan atau bahkan lebih cepat dari waktu jatuh tempo pembayaran, sehingga tidak ada antusiasme dari klien untuk membayar utangnya lebih cepat dan bahkan sering menunda-nunda untuk melunasi kewajibannya dengan berbagai alasan.

PT. XYZ secara garis besar telah melakukan pengendalian internal atas piutang usaha dengan cukup baik. Dilihat dari sisi lingkungan pengendalian, PT. XYZ memiliki lingkungan pengendalian yang baik karena PT. XYZ menerapkan pengendalian internal yang baik misalnya berupa pemisahan tugas dan tanggung jawab pegawai, pengadaan diklat karyawan, serta adanya pendelegasian wewenang. Apabila dilihat dari unsur penilaian risiko, PT. XYZ masih belum mampu menilai risiko dari penjualan kredit yang dilakukan. Hal ini digambarkan oleh tidak dimilikinya standar kredit dan syarat kredit yang baik oleh PT. XYZ. Namun, PT. XYZ memiliki cara yang baik untuk menagih piutangnya kepada klien. Apabila dilihat dari sisi informasi dan komunikasi yang dilakukan PT. XYZ terhadap piutang usaha telah efektif, hal ini ditandai dengan sistem komputerisasi yang digunakan oleh PT. XYZ dalam pengelolaan piutang. Dari sisi aktivitas pengendalian, PT. XYZ juga telah melaksanakan unsur tersebut dengan baik karena PT. XYZ mengendalikan piutangnya dengan memberi nomor masing-masing dokumen dan melakukan pemisahan fungsi antara sumber daya manusia yang satu dengan sumber daya manusia yang lainnya. Dan yang terakhir apabila dilihat dari unsur monitoring, PT. XYZ telah menjalankan unsur tersebut baik karena sikap tanggung jawab yang ada pada kepala bagian masing-masing, yang selalu harus bertanggung jawab dan mengontrol semua pekerjaan yang dilakukan karyawan di bidangnya masing-masing.

Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait dengan informasi dan data yang diperoleh berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara dengan informan. Selanjutnya, hasil penelitian ini tidak menggambarkan secara umum penerapan akuntansi piutang UMKM di Indonesia, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang berbeda untuk membandingkan hasil dengan penelitian ini.

PT. XYZ disarankan untuk melakukan pencatatan atas piutang tak tertagih ketika pada saat masa jatuh tempo telah lewat, klien belum juga melakukan pembayaran atas piutang tersebut. Selain itu, PT. XYZ disarankan untuk menerapkan sistem aging schedule untuk melakukan penyisihan piutang agar piutang-piutang tersebut jauh lebih terkontrol. Hal lainnya adalah PT. XYZ memperbaiki standar kredit yang lama dengan menyeleksi calon pelanggan baru. Program menyeleksi pelanggan baru merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh PT. XYZ sebelum memutuskan untuk memberikan pembayaran secara kredit. Sementara itu, bagi Ikatan Akuntansi Indonesia perlu melakukan elaborasi atas pengaturan akuntansi piutang yang dapat dirujuk oleh ETAP maupun EMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E.F., & Houston, J. F. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Harrison Jr, W.T., Horngren, C.T., Thomas, C.W., & Suwardy, T. (2013). *Akuntansi Keuangan-Edisi IFRS*. Edisi kedelapan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Hutagaol, R.M.N. (2012). Penerapan akuntansi pada usaha kecil menengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(2), 57-62
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2017). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kieso, D.E., Weygant, J.J., & Warfield, T.D. (2014). *Intermediate Accounting: IFRS Edition 2nd edition*. New York, United States: John Wiley & Sons Inc

- Komariyah, S., & Solihat, A. (2015). Pengaruh perputaran piutang terhadap kinerja perusahaan studi pada PT Jaindo Metal Industries. *Jurnal Manajemen & Bisnis: Performa*, 12 (1), 96-121.
- Kurniawari, E.P., Nugroho, P.I., & Arifin, C. (2012). *JMK*, 10(2), 1-11
- Margatetha, F., & Hapsari, A.D. (2015). Pengelolaan modal kerja pada usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 2(2), 100-108.
- Meiliana, K., & Dewi, A.F. (2015). Analisis penggunaan sistem informasi akuntansi pada usaha kecil dan menengah di Yogyakarta. *MODUS*, 27(1), 29-40
- Mulyadi. (2015). Sistem Akuntansi, Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Mutawakil, Y. (2014). Evaluasi sistem pengendalian internal piutang pada UMKM (kasus pada Technomart International Group Jember). *Artikel Ilmiah Mahasiswa Universitas Negeri Jember*, 1-6
- Rifani, L., & Aini, N. (2016). Aplikasi sistem informasi akuntansi pada usaha kecil menengah kampong kue rungkut Surabaya. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 427-436
- Romney, M.B., & Steinbart, P.J. (2014). *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Tiga Belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Y. M. (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM pada UMKM Kota Tangerang Selatan. *Profita: Komunikasi Ilmiah dan Akuntansi*, 11 (2), 201-217.
- Sabhan, H. (2015). *Menembus Badai UMKM*. Makasar: CV Sah Media.
- Soemarso, S. R. (2014). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Lima. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat
- Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008, tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*
- Warren, C. S., Reeve, J.M., & Fess, P.E. (2015). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- <http://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/> diakses pada tanggal 21 Mei 2018)
- <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen> diakses pada tanggal 21 Mei 2018
- <https://web7crawler.wordpress.com> diakses tanggal 26 Juni 2018